

**Universidad de Málaga**



**EL PAPEL DE LA PAREJA  
EN LA TOMA DE DECISIONES  
DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

***(THE ROLE OF THE COUPLE IN FAMILY HOLIDAY DECISION-MAKING)***

**Tesis Doctoral**


M<sup>a</sup> Mercedes Rojas de Gracia

Málaga, 2015



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

AUTOR: María Mercedes Rojas de Gracia

 <http://orcid.org/0000-0002-5006-039X>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): [riuma.uma.es](http://riuma.uma.es)



Dra. D<sup>a</sup> PILAR ALARCÓN URBISTONDO y Dra. D<sup>a</sup> EVA MARÍA GONZÁLEZ ROBLES del Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga,

HACEN CONSTAR QUE:

Que D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Mercedes Rojas de Gracia, Licenciada en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Málaga, ha elaborado bajo nuestra dirección el trabajo de investigación correspondiente a su Tesis Doctoral titulada:

***“EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS  
VACACIONES FAMILIARES”***

Revisado el presente trabajo estimamos que puede ser presentado al Tribunal que ha de juzgarlo.

Y para que conste a efectos de lo establecido en el artículo 8 del Real Decreto 778/1998, regulador de los estudios de Tercer Ciclo-Doctorado autorizamos la presentación de esta Tesis en la Universidad de Málaga.

**Fdo: Pilar Alarcón Urbistondo**

**Fdo: Eva M<sup>a</sup> González Robles**

Málaga, a 15 de Noviembre de 2015





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **AGRADECIMIENTOS**

---



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

---

## **AGRADECIMIENTOS**

Cuando a alguien le gusta lo que hace se le nota, y a ella le brillan los ojos cuando, de repente, se le ocurre una idea para mejorar el trabajo. Solo le falta lo que a los dibujitos animados, que le aparezca la bombilla en la cabeza, porque la sonrisa en la cara se le dibuja sola. Muchas gracias, Pilar, porque aparte de tus conocimientos y entusiasmo me hayas regalado tu amistad.

A mi otra guía, Eva, la viva imagen de la inteligencia sutil hecha persona, siembre con la palabra precisa, encontrando la solución cuando todo se me hacía un mundo.

A Paco, por compartir conmigo su tiempo y su pasión por la investigación. Porque me ha permitido descubrir su encantador país de adopción. Y porque me ha brindado la oportunidad de conocer a Amrita, que no dudó en ofrecerme su hospitalidad y su divertida compañía.

A todos aquellos profesores y tutores de los alumnos de los centros de enseñanza que de una manera totalmente altruista, contagiados de mi fiebre por conseguir muchos datos, insistieron a los chicos un día, y otro, don erre que erre, para que entregaran los dichositos cuestionarios. Es la ventaja de que sean más amigos que compañeros.

A Fabrizio, porque desinteresadamente, sin ponerme cara siquiera, se haya ofrecido a valorar este trabajo.

Gracias a mis padres, Ana María y Telesforo, que han sido siempre un ejemplo para mí, a los que les debo absolutamente todo, siendo los que continuamente me ofrecen su cariño infinito e incondicional.



Por supuesto, a mis hermanas, Nunci y Ana, que han sido siempre mis cómplices, de juegos cuando éramos pequeñas, y en este juego que es la vida, ahora que somos menos pequeñas.

Y a ti, Arturo, por tanto.

Málaga, Octubre de 2015.





## **SUMARIO E ÍNDICE**

---



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## **SUMARIO**

### **RESUMEN**

### **PARTE I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 1:** Perspectivas en el estudio de la toma de decisiones de las vacaciones

**CAPÍTULO 2:** El papel de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares

### **PARTE II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 3:** Objetivos de la investigación

### **PARTE III: ANÁLISIS EMPÍRICO**

**CAPÍTULO 4:** Planteamiento metodológico

**CAPÍTULO 5:** Presentación y análisis de los resultados

### **PARTE IV: CONCLUSIONES**

**CAPÍTULO 6:** Conclusiones, limitaciones y recomendaciones

### **BIBLIOGRAFÍA**

### **ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## ÍNDICE

RESUMEN ( <i>En español y en inglés</i> ) .....	31
---	----

### PARTE I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

<b>CAPÍTULO 1: Perspectivas en el estudio de la toma de decisiones de las vacaciones</b> .....	55
--	----

1. Introducción .....	57
2. Tipos de perspectivas utilizadas por la literatura .....	61
3. Perspectiva individual .....	62
4. Perspectiva enfocada en la búsqueda de información .....	66
5. Perspectiva de la naturaleza colectiva en la toma de decisiones vacacionales .....	72
5.1. Las decisiones familiares sobre las vacaciones .....	72
5.2. Las decisiones vacacionales de grupos no familiares .....	76

<b>CAPÍTULO 2: El papel de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares</b> .....	79
--	----

1. Aspectos tratados en el estudio del papel de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares .....	81
2. Roles de los miembros de la pareja .....	86
3. Variables explicativas de la influencia relativa de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares .....	99
3.1. Variables demográficas .....	99
3.1.1. Edad .....	100
3.1.2. Tiempo de convivencia .....	101
3.1.3. Ciclo de vida familiar .....	101
3.1.4. Nacionalidad .....	102



---

3.1.5. Tipo de familia .....	104
3.1.6. Tipo de unión .....	104
3.2. Variables socio-económicas .....	104
3.2.1. Situación laboral de la mujer .....	105
3.2.2. Nivel educativo .....	106
3.2.3. Estatus económico .....	106
3.3. Variables de comportamiento de viaje .....	108
3.3.1. Motivo principal de las vacaciones .....	108
3.3.2. Frecuencia de viaje .....	109
3.3.3. Planificación del viaje y participación en actividades .....	109
3.4. Variables psicográficas .....	110
3.4.1. Valores y actitud hacia los roles de género .....	110
3.4.2. Cohesión familiar .....	111
3.4.3. Estilos de vida .....	111
3.5. Conclusiones generales según las variables consideradas .....	112
4. Consenso en la percepción de la influencia entre los miembros de la pareja .....	112
5. Conflicto y sus tácticas de resolución en las decisiones vacacionales de la pareja .....	119
5.1. Tipos de conflictos .....	120
5.2. Intensidad del conflicto .....	120
5.3. Tipologías de estrategias de resolución de conflictos .....	121
5.4. Estrategias de resolución de conflictos más frecuentes .....	125
5.5. Diferencias de percepción respecto al conflicto .....	127
5.6. Variables explicativas del conflicto .....	128
5.7. Relación entre conflicto y satisfacción con el resultado .....	131
6. Metodologías utilizadas por los estudios .....	132
7. Modelo descriptivo del comportamiento de la familia en la toma de decisiones de las vacaciones familiares .....	135
8. Fuentes de información secundarias utilizadas .....	138

---



---

## **PARTE II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

<b>CAPÍTULO 3: Objetivos de la investigación .....</b>	<b>145</b>
1. Introducción.....	147
2. Objetivo general de la investigación.....	148
3. Objetivos específicos de la investigación.....	151

## **PARTE III: ANÁLISIS EMPÍRICO**

<b>CAPÍTULO 4: Planteamiento metodológico .....</b>	<b>167</b>
1. Introducción.....	169
2. Justificación de la población estudiada .....	169
3. Elección de la muestra .....	171
4. Diseño del cuestionario .....	174
5. Recogida de datos.....	177
6. Metodología estadística.....	182

<b>CAPÍTULO 5: Presentación y análisis de los resultados .....</b>	<b>195</b>
1. Esquema de presentación de los resultados .....	197
2. Perfil del encuestado.....	199
2.1. Características socio-demográficas.....	199
2.1.1. Edad.....	199
2.1.2. Tipo de unión .....	200
2.1.3. Situación laboral.....	201
2.1.4. Nivel de estudios.....	202
2.1.5. Tiempo de convivencia.....	203
2.2. Características de comportamiento de viaje.....	204
2.2.1. Tipo de destino.....	204
2.2.2. Motivo de las vacaciones .....	204
2.2.3. Frecuencia de las vacaciones .....	205

---

3. Roles de los miembros de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.....	206
3.1. Roles de los miembros de la pareja según las etapas del proceso de toma de decisiones de las vacaciones familiares .....	206
3.1.1. Iniciación .....	206
3.1.2. Búsqueda de información.....	207
3.1.3. Decisión final.....	208
3.1.4. Resumen de los roles de la pareja por etapas .....	209
3.2. Comparación de las etapas del proceso de toma de decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja.....	210
3.2.1. Triángulo de viabilidad por etapas .....	210
3.2.2. Comparación de las etapas según la proporción de decisiones conjuntas .....	213
3.3. Roles de los miembros de la pareja según las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	213
3.3.1. Destino .....	213
3.3.2. Alojamiento .....	214
3.3.3. Transporte.....	215
3.3.4. Presupuesto .....	216
3.3.5. Fecha .....	217
3.3.6. Actividades.....	218
3.3.7. Restaurantes.....	219
3.3.8. Llevar a los hijos .....	220
3.3.9. Resumen de los roles de la pareja por sub-decisiones .....	221
3.4. Comparación de las sub-decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja .....	222
3.4.1. Triángulo de viabilidad por sub-decisiones .....	222
3.4.2. Comparación de las sub-decisiones según la proporción de decisiones conjuntas .....	225



---

4. Variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.....	225
4.1. Variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma en las etapas del proceso de la toma de decisiones de las vacaciones familiares .....	230
4.1.1. Iniciación .....	230
4.1.2. Búsqueda de información.....	231
4.1.3. Decisión final.....	232
4.1.4. Resumen de las variables explicativas por etapas.....	233
4.2. Variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma en las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	234
4.2.1. Destino .....	234
4.2.2. Alojamiento .....	235
4.2.3. Transporte.....	236
4.2.4. Presupuesto .....	237
4.2.5. Fecha .....	238
4.2.6. Actividades.....	239
4.2.7. Restaurantes.....	239
4.2.8. Llevar a los hijos .....	239
4.2.9. Resumen de las variables explicativas por sub-decisiones....	240
5. Variables explicativas de la decisión marido-dominate <i>versus</i> esposa-dominante de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.....	242
5.1. Variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante en las etapas del proceso de la toma de decisiones de las vacaciones familiares .....	242
5.1.1. Iniciación .....	242
5.1.2. Búsqueda de información.....	243
5.1.3. Decisión final.....	244

---

5.1.4. Resumen de las variables explicativas por etapas.....	245
5.2. Variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante en las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	246
5.2.1. Destino .....	246
5.2.2. Alojamiento .....	247
5.2.3. Transporte.....	248
5.2.4. Presupuesto .....	248
5.2.5. Fecha .....	249
5.2.6. Actividades.....	251
5.2.7. Restaurantes.....	252
5.2.8. Llevar a los hijos .....	253
5.2.9. Resumen de las variables explicativas por sub-decisiones....	253
6. Consenso en la percepción de la influencia de la pareja	254
6.1. Consenso a nivel agregado .....	255
6.1.1. Consenso a nivel agregado según las etapas del proceso de toma de decisiones de las vacaciones familiares.....	255
6.1.2. Consenso a nivel agregado según las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	256
6.2. Consenso a nivel de parejas .....	256
6.2.1. Consenso a nivel de parejas según las etapas del proceso de toma de decisiones de las vacaciones familiares.....	257
6.2.2. Variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas del proceso de toma de decisiones de vacaciones familiares .....	260
6.2.3. Consenso a nivel de parejas según las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	261
6.2.4. Variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones de las vacaciones familiares.....	263

---

7. Conflicto entre la pareja en las decisiones vacacionales y sus tácticas de resolución.....	264
7.1. Aparición de conflicto en las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	264
7.2. Variables relacionadas con la aparición de conflicto según las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	265
7.3. Grado de conflicto en la elección del destino .....	266
7.4. Consenso en la percepción de la aparición de conflicto entre la pareja .....	267
7.4.1. Consenso a nivel agregado.....	267
7.4.2. Consenso a nivel de parejas .....	268
7.4.3. Variables relacionadas con el consenso en la percepción de la aparición de conflictos .....	269
7.5. Tácticas de resolución de conflictos en las decisiones vacacionales.....	270
7.6. Variables relacionadas con las tácticas de resolución de conflictos entre la pareja.....	271
7.7. Consenso en la percepción de las tácticas de resolución de conflictos entre la pareja.....	272
7.7.1. Consenso a nivel agregado.....	272
7.7.2. Consenso a nivel de parejas .....	272
7.7.3. Variables relacionadas con el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada .....	273
8. La satisfacción de la pareja con el destino de las vacaciones familiares.....	273
8.1. Grado de satisfacción con el destino .....	273
8.2. Diferencias de satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja.....	274
8.3. Segmentación jerárquica de los miembros de la pareja según su satisfacción con el destino .....	276
8.3.1. Segmentación jerárquica de los hombres .....	279

---

---

8.3.2. Segmentación jerárquica de las mujeres .....	284
---	-----

## **PARTE IV: CONCLUSIONES**

<b>CAPÍTULO 6: Conclusiones, limitaciones y recomendaciones (<i>En español y en inglés</i>).....</b>	<b>291</b>
1. Introducción.....	293
2. Conclusiones teóricas sobre la toma de decisiones de las vacaciones familiares por parte de la pareja.....	293
3. Conclusiones empíricas sobre la toma de decisiones de las vacaciones familiares por parte de la pareja .....	301
4. Limitaciones, recomendaciones y futuras líneas de investigación .....	316
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>349</b>
<b>ANEXO: Cuestionario de los padres (<i>En español y en inglés</i>).....</b>	<b>375</b>



## **ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS**

---



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

---

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura 1.1.</b>	Contextualización de la TDVF.....	57
<b>Figura 2.1.</b>	Distribución temporal del número de artículos y los aspectos tratados sobre la toma de decisión vacacional de la pareja .....	81
<b>Figura 2.2.</b>	Distribución temporal de los estudios que demuestran que las decisiones de las vacaciones son una decisión conjunta .....	94
<b>Figura 2.3.</b>	Sub-grupos de consenso y "no-consenso" de las respuestas de las parejas .....	114
<b>Figura 2.4.</b>	Modelo de comportamiento de la familia en la toma de decisiones de las vacaciones.....	137
<b>Figura 3.1.</b>	Objetivos de la investigación .....	160
<b>Figura 4.1.</b>	Mapa del censo de población por provincias 2014 .....	171
<b>Figura 4.2.</b>	Esquema de elaboración del cuestionario .....	177
<b>Figura 5.1.</b>	Edad por sexos .....	200
<b>Figura 5.2.</b>	Tipo de unión de las parejas .....	200
<b>Figura 5.3.</b>	Situación laboral por sexos .....	201
<b>Figura 5.4.</b>	Diferencias de la situación laboral entre la pareja.....	202
<b>Figura 5.5.</b>	Nivel de estudios por sexos .....	202
<b>Figura 5.6.</b>	Diferencia de nivel de estudios entre la pareja .....	203
<b>Figura 5.7.</b>	Tiempo de convivencia de las parejas .....	203
<b>Figura 5.8.</b>	Tipo de destino de las vacaciones .....	204
<b>Figura 5.9.</b>	Motivo principal de las vacaciones.....	205
<b>Figura 5.10.</b>	Frecuencia de las vacaciones.....	205
<b>Figura 5.11.</b>	Influencia en la etapa de iniciación .....	207
<b>Figura 5.12.</b>	Influencia en la etapa de búsqueda de información.....	208
<b>Figura 5.13.</b>	Influencia en la etapa de decisión final .....	209

---

<b>Figura 5.14.</b>	Triángulo de viabilidad de las etapas según el hombre ..	212
<b>Figura 5.15.</b>	Triángulo de viabilidad de las etapas según la mujer .....	212
<b>Figura 5.16.</b>	Influencia en la elección del destino .....	214
<b>Figura 5.17.</b>	Influencia en la elección del alojamiento.....	215
<b>Figura 5.18.</b>	Influencia en la elección del transporte.....	216
<b>Figura 5.19.</b>	Influencia en la elección del presupuesto .....	217
<b>Figura 5.20.</b>	Influencia en la elección de la fecha .....	218
<b>Figura 5.21.</b>	Influencia en la elección de las actividades .....	219
<b>Figura 5.22.</b>	Influencia en la elección de los restaurantes .....	220
<b>Figura 5.23.</b>	Influencia en la elección de llevar a los hijos .....	221
<b>Figura 5.24.</b>	Triángulo de viabilidad de las sub-decisiones según el hombre.....	224
<b>Figura 5.25.</b>	Triángulo de viabilidad de las sub-decisiones según la mujer.....	224
<b>Figura 5.26.</b>	Variables que influyen en la estructura de la decisión ....	230
<b>Figura 5.27.</b>	Consenso entre los miembros de la pareja en la percepción de la influencia según las etapas del proceso de TDVF.....	259
<b>Figura 5.28.</b>	Consenso entre los miembros de la pareja en la percepción de la influencia según las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	262
<b>Figura 5.29.</b>	Sub-decisiones con mayor nivel de conflicto .....	265
<b>Figura 5.30.</b>	Grado de conflicto con el destino.....	267
<b>Figura 5.31.</b>	Tácticas de resolución de conflictos .....	271
<b>Figura 5.32.</b>	Variables que influyen en la satisfacción con el destino .....	279
<b>Figura 5.33.</b>	Segmentación jerárquica de la satisfacción de los hombres.....	282
<b>Figura 5.34.</b>	Segmentación jerárquica de la satisfacción de las mujeres .....	287

---



---

## **ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 0.1.</b>	Estructura de la investigación .....	41
<b>Tabla 2.1.</b>	Artículos sobre la influencia de la pareja en la TDVF y su temática.....	84
<b>Tabla 2.2.</b>	Conclusiones de los estudios sobre la estructura de las etapas del proceso de TDVF.....	95
<b>Tabla 2.3.</b>	Conclusiones de los estudios sobre la estructura de las sub-decisiones y tareas de las vacaciones familiares .....	96
<b>Tabla 2.4.</b>	Sub-grupos de consenso y "no-consenso" de las respuestas de las parejas .....	114
<b>Tabla 3.1.</b>	Relación entre los objetivos planteados y el estado de la cuestión.....	161
<b>Tabla 4.1.</b>	Censo de población por provincias 2014 .....	172
<b>Tabla 4.2.</b>	Número de viajes por CCAA de residencia en 2014 según el tipo de viaje .....	173
<b>Tabla 4.3.</b>	Nivel de estudios del cabeza de familia para hogares viajeros con hijos entre 10 y 18 años (Año 2014) .....	179
<b>Tabla 4.4.</b>	Ficha técnica de la muestra .....	181
<b>Tabla 4.5.</b>	Principales metodologías utilizadas .....	187
<b>Tabla 5.1.</b>	Esquema de presentación de los resultados .....	198
<b>Tabla 5.2.</b>	Edad por sexos .....	199
<b>Tabla 5.3.</b>	Tipo de unión de las parejas .....	200
<b>Tabla 5.4.</b>	Situación laboral por sexos .....	201
<b>Tabla 5.5.</b>	Diferencias de la situación laboral entre la pareja.....	201
<b>Tabla 5.6.</b>	Nivel de estudios por sexos .....	202
<b>Tabla 5.7.</b>	Diferencia de nivel de estudios entre la pareja .....	203
<b>Tabla 5.8.</b>	Tiempo de convivencia de las parejas .....	203
<b>Tabla 5.9.</b>	Tipo de destino de las vacaciones .....	204

---

---

<b>Tabla 5.10.</b>	Motivo de las vacaciones .....	204
<b>Tabla 5.11.</b>	Frecuencia de las vacaciones.....	205
<b>Tabla 5.12.</b>	Influencia en la etapa de iniciación .....	207
<b>Tabla 5.13.</b>	Influencia en la etapa de búsqueda de información.....	208
<b>Tabla 5.14.</b>	Influencia en la etapa de decisión final .....	209
<b>Tabla 5.15.</b>	Influencia en las etapas del proceso de TDVF entre la pareja según el hombre .....	210
<b>Tabla 5.16.</b>	Influencia en las etapas del proceso de TDVF entre la pareja según la mujer .....	210
<b>Tabla 5.17.</b>	Comparación de la proporción de decisiones conjuntas entre etapas.....	213
<b>Tabla 5.18.</b>	Influencia en la elección del destino .....	214
<b>Tabla 5.19.</b>	Influencia en la elección del alojamiento.....	214
<b>Tabla 5.20.</b>	Influencia en la elección del transporte.....	215
<b>Tabla 5.21.</b>	Influencia en la elección del presupuesto .....	216
<b>Tabla 5.22.</b>	Influencia en la elección de la fecha .....	217
<b>Tabla 5.23.</b>	Influencia en la elección de las actividades .....	218
<b>Tabla 5.24.</b>	Influencia en la elección de los restaurantes .....	219
<b>Tabla 5.25.</b>	Influencia en la decisión de si llevar o no a los hijos.....	220
<b>Tabla 5.26.</b>	Influencia en las sub-decisiones de las vacaciones familiares según el hombre.....	222
<b>Tabla 5.27.</b>	Influencia en las sub-decisiones de las vacaciones familiares según la mujer .....	222
<b>Tabla 5.28.</b>	Comparación de la proporción de decisiones conjuntas entre sub-decisiones.....	225
<b>Tabla 5.29.</b>	Transformación de la variable "etapa"/"sub-decisión" .....	226
<b>Tabla 5.30.</b>	Transformación de la variable "situación laboral de la mujer".....	227
<b>Tabla 5.31.</b>	Transformación de la variable "tiempo de convivencia" ..	228

---

---

<b>Tabla 5.32.</b>	Transformación de la variable "motivo" .....	229
<b>Tabla 5.33.</b>	Variables que influyen en que la iniciación se realice de forma conjunta .....	231
<b>Tabla 5.34.</b>	Variables que influyen en que la búsqueda de información se realice de forma conjunta .....	232
<b>Tabla 5.35.</b>	Variables que influyen en que la decisión final se realice de forma conjunta.....	232
<b>Tabla 5.36.</b>	Variables que influyen en que las etapas del proceso de TDVF se realicen de forma conjunta.....	233
<b>Tabla 5.37.</b>	Variables que influyen en la elección conjunta del destino .....	234
<b>Tabla 5.38.</b>	Variables que influyen en la elección conjunta del alojamiento.....	236
<b>Tabla 5.39.</b>	Variables que influyen en la elección conjunta del transporte.....	237
<b>Tabla 5.40.</b>	Variables que influyen en la determinación conjunta del presupuesto .....	238
<b>Tabla 5.41.</b>	Variables que influyen en la elección conjunta de la fecha.....	238
<b>Tabla 5.42.</b>	Variables que influyen en la elección conjunta de los restaurantes.....	239
<b>Tabla 5.43.</b>	Variables que influyen en la decisión conjunta de si llevar a los hijos .....	240
<b>Tabla 5.44.</b>	Variables que influyen en que las sub-decisiones de las vacaciones familiares se realicen de forma conjunta .....	241
<b>Tabla 5.45.</b>	Decisiones autónomas en la etapa de iniciación .....	242
<b>Tabla 5.46.</b>	Variables que influyen en la etapa de iniciación en las decisiones autónomas .....	243
<b>Tabla 5.47.</b>	Decisiones autónomas en la etapa de búsqueda de información .....	243
<b>Tabla 5.48.</b>	Variables que influyen en la etapa de búsqueda de información en las decisiones autónomas .....	244

---

---

<b>Tabla 5.49.</b>	Decisiones autónomas en la etapa de decisión final .....	244
<b>Tabla 5.50.</b>	Variables que influyen en las etapas del proceso de TDVF adoptadas autónomamente .....	245
<b>Tabla 5.51.</b>	Decisiones autónomas en la elección del destino.....	246
<b>Tabla 5.52.</b>	Variables que influyen en la elección del destino en las decisiones autónomas.....	247
<b>Tabla 5.53.</b>	Decisiones autónomas en la elección del alojamiento....	247
<b>Tabla 5.54.</b>	Decisiones autónomas en la elección del transporte .....	248
<b>Tabla 5.55.</b>	Decisiones autónomas en la elección del presupuesto ..	248
<b>Tabla 5.56.</b>	Variables que influyen en la determinación conjunta del presupuesto .....	249
<b>Tabla 5.57.</b>	Decisiones autónomas en la elección de la fecha .....	249
<b>Tabla 5.58.</b>	Variables que influyen en la elección de la fecha en las decisiones autónomas.....	250
<b>Tabla 5.59.</b>	Decisiones autónomas en la elección de las actividades.....	251
<b>Tabla 5.60.</b>	Variables que influyen en la elección de las actividades en las decisiones autónomas.....	251
<b>Tabla 5.61.</b>	Decisiones autónomas en la elección de los restaurantes.....	252
<b>Tabla 5.62.</b>	Variables que influyen en la elección de los restaurantes en las decisiones autónomas.....	252
<b>Tabla 5.63.</b>	Decisiones autónomas en la decisión de llevar a los hijos .....	253
<b>Tabla 5.64.</b>	Variables que influyen en las sub-decisiones vacacionales adoptadas autónomamente.....	254
<b>Tabla 5.65.</b>	Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel agregado según las etapas del proceso de TDVF .....	255
<b>Tabla 5.66.</b>	Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel agregado según las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	256

---



---

<b>Tabla 5.67.</b>	Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel de pareja en las etapas del proceso de TDVF .....	258
<b>Tabla 5.68.</b>	Índice kappa de la influencia de la pareja en las etapas del proceso de TDVF .....	259
<b>Tabla 5.69.</b>	Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel de pareja en las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	262
<b>Tabla 5.70.</b>	Índice kappa de la influencia de la pareja en las sub-decisiones de las vacaciones familiares .....	263
<b>Tabla 5.71.</b>	Sub-decisiones con mayor nivel de conflicto .....	265
<b>Tabla 5.72.</b>	Grado de conflicto con el destino.....	266
<b>Tabla 5.73.</b>	Consenso en la percepción del conflicto a nivel agregado.....	268
<b>Tabla 5.74.</b>	Consenso sobre la percepción del conflicto a nivel de pareja.....	268
<b>Tabla 5.75.</b>	Índice kappa de la apreciación de conflicto entre la pareja.....	269
<b>Tabla 5.76.</b>	Tácticas de resolución de conflictos .....	271
<b>Tabla 5.77.</b>	Satisfacción con el destino .....	274
<b>Tabla 5.78.</b>	Diferencia de satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja .....	275
<b>Tabla 5.79.</b>	Concordancia en el nivel de satisfacción entre los miembros de la pareja .....	275
<b>Tabla 5.80.</b>	Transformación de la variable "conflicto con el destino" .....	278
<b>Tabla 5.81.</b>	Tabla de ganancia para los segmentos en la muestra de hombres.....	281
<b>Tabla 5.82.</b>	Clasificación del modelo de segmentación jerárquica en la muestra de hombres .....	283
<b>Tabla 5.83.</b>	Tabla de ganancia para los segmentos en la muestra de mujeres .....	285

---





---

<b>Tabla 5.84.</b>	Clasificación del modelo de segmentación jerárquica en la muestra de mujeres .....	286
<b>Tabla 6.1.</b>	Aportaciones de los resultados al estado de la cuestión .....	315



## **RESUMEN**

### **I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES**

#### **CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

### **II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

#### **CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

### **IV.- CONCLUSIONES**

#### **CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





## **RESUMEN**



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

---

## RESUMEN

En el contexto del comportamiento del consumidor en marketing, la familia debe ser entendida y analizada como una unidad de toma de decisiones en la que intervienen sus diferentes miembros, en función del tipo de decisión que se esté adoptando (Alonso y Grande, 2010). Dentro de sus decisiones de compra se encuentran varios productos, entre los que cabe destacar las vacaciones familiares, las cuales representan un elevado porcentaje de los gastos a los que las familias tienen que hacer frente (Nicolau y Más, 2005). Se podría pensar que su proceso de compra no difiere demasiado del de otro tipo de productos que también consumen gran parte del presupuesto familiar, como puede ser la compra de una vivienda o de un automóvil. No obstante, las vacaciones familiares presentan una serie de singularidades que hacen que su estudio requiera consideraciones especiales que conviene tener presentes.

En primer lugar, al constituir las vacaciones familiares un servicio, el riesgo percibido por los potenciales compradores se ve incrementado respecto a los productos manufacturados, dadas las características propias de los servicios de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler, 2000; Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1985). En segundo lugar, a estos riesgos inherentes de los servicios hay que añadirles dos tipos más: riesgo financiero y riesgo emocional. El riesgo financiero procede de la cantidad de presupuesto familiar que consumen y el riesgo emocional se explica por las expectativas generadas sobre las vacaciones y su disfrute, ya que para la vida de muchos consumidores constituyen el principal evento que les permite romper con su rutina diaria (van Raaij y Francken, 1984). Y, en tercer lugar, junto a estos riesgos hay que tener en cuenta que el producto turístico es un producto complejo, compuesto por un set de productos básicos entregados por un gran número de proveedores (Kim, Lehto y Morrison, 2007).

Por otra parte, hay que destacar que las vacaciones familiares son un servicio cuya compra se decide generalmente de forma grupal, muy especialmente en familia. Este tipo de compra se caracteriza por ser más

compleja y dilatada en el tiempo, adoptando cada uno de los miembros del grupo un rol distinto durante el proceso (Alonso y Grande, 2010). Adicionalmente, la necesidad de que la decisión se adopte de forma consensuada implica la aparición de negociaciones y conflictos que deben ser resueltos (Bronner y de Hoog, 2008; Bokek-Cohen, 2011). Sin embargo, los principales modelos de toma de decisiones vacacionales asumen como sujeto a un decisor individual. Aunque aceptan que otros individuos afectan a la decisión, no tienen en cuenta la interacción entre ellos a lo largo del proceso de toma de decisiones (Sirakaya y Woodside, 2005). Es decir, a pesar de que la familia sea el centro común donde se toman las decisiones de viaje vacacionales, esto no ha atraído de forma sustancial la atención de los estudiosos, no pudiendo hablar de la existencia de una amplia literatura al respecto (Barlés, Fraj y Matute, 2010; Kang y Hsu, 2005).

La necesidad de más estudios se ve reforzada porque en los últimos años han tenido lugar cambios demográficos y sociales que han alterado el proceso de toma de decisiones que afectan tanto a la pareja como a los hijos. Entre estos cambios destaca la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, que deriva en hogares que disponen de dos fuentes de ingresos y un incremento de la influencia que la mujer ejerce en la toma de decisiones (Kang y Hsu, 2005). Por otro lado, se observa un funcionamiento más democrático de las familias, por lo que se tienen en cuenta las preferencias individuales de todos sus miembros en los procesos de compra en mayor medida que en épocas pasadas (Bronner y de Hoog, 2008). A su vez, el concepto de familia ha cambiado, provocando el surgimiento de nuevas formas que van más allá de la estructura familiar tradicional formada por la pareja que convive con sus hijos (Decrop, 2008).

Los cambios no solo han afectado a las familias, también lo han hecho en el mercado turístico, principalmente por la irrupción de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Resulta de especial relevancia la aparición de Internet, ya que se ha convertido en una herramienta que posee la habilidad

de proveer fácilmente información accesible y opciones de compra que han cambiado los roles potenciales en la toma de decisiones de los miembros de la familia, en función de su experiencia con Internet (Belch, Krentler y Willis-Flurry, 2005).

Todas estas son razones poderosas que invitan a la profundización y actualización en la investigación sobre la toma de decisiones de las vacaciones familiares (en adelante TDVF). Un mejor conocimiento de este aspecto del comportamiento del consumidor turístico permitirá a las empresas del sector diseñar sus campañas de marketing de una forma más efectiva.

Dentro del seno familiar, la literatura confirma que los principales agentes en la TDVF son la pareja, en comparación con la importancia de los hijos (Belch *et al.*, 2005; Decrop y Snelders, 2005; Ekstrom, Tansuhaj y Foxman, 1986; Filiatrault y Ritchie, 1980; Kozak y Karadag, 2012; Ritchie y Filiatrault, 1980; Wang *et al.* 2004).

Por todo lo expuesto, se plantea como objetivo general de esta Tesis Doctoral el estudio del **papel de la pareja en la TDVF**. Cumplir este objetivo implica considerar el proceso en todas sus etapas, desde que surge el reconocimiento de la necesidad hasta que se adopta la decisión final. Y dado que las vacaciones están compuestas por multitud de sub-decisiones, se realiza un análisis por separado de aquellas que, a la luz de la literatura, se han considerado más relevantes (destino, alojamiento, transporte, presupuesto, fecha, actividades y restaurantes) o muy poco estudiadas (si llevar o no a los hijos). A su vez, la consideración del papel de la pareja requiere analizar los roles ejercidos por cada uno de ellos, las variables determinantes de una mayor o menor influencia y el conflicto surgido durante todo el proceso, junto a la satisfacción asociada al mismo, especialmente al destino escogido.

El planteamiento del objetivo general propuesto constituye una tarea arriesgada, básicamente por tres motivos: en primer lugar, por ser un objetivo amplio, abarcando multitud de aspectos; en segundo lugar, porque presenta las

dificultades intrínsecas que conlleva el estudio del comportamiento humano, con la imposibilidad de considerar todas las variables relevantes y aislarlas para estudiar su efecto; y en tercer lugar, por el problema metodológico asociado al uso de la percepción de cada uno de los miembros de la pareja como fuente de medida, que, además, puede que no sea coincidente entre ellos, a pesar de estar evaluando la misma realidad.

Para poder hacer frente a estos tres retos, se han adoptado sendas estrategias. Con respecto a la amplitud del tema, debido a que el estudio de las decisiones de la pareja en TDVF es suficientemente profuso en detalles, que se complica por la heterogeneidad de parejas y familias existentes, se ha considerado necesario poner un límite. En concreto, se ha preferido acotar el sujeto de estudio, como forma de simplificar el trabajo, en lugar del objeto (la TDVF), para no perder la entidad generalista de la que se quiere dotar a este trabajo. Para ello, se tuvo que escoger un tipo de parejas determinado. Con tal fin, y a la vista de la literatura revisada, se observó que la edad de los hijos y su presencia o ausencia en el seno familiar son variables altamente condicionantes en los procesos de compra turística familiar (Filiatrault y Ritchie, 1980; Fodness, 1992; Gursoy, 2000). De ahí que, como primer paso en la línea de investigación que supone esta Tesis Doctoral, se haya considerado estudiar las parejas con hijos adolescentes. Este tipo de familia presenta uno de los escenarios más complejos, en lo que a las decisiones de las vacaciones se refiere, ya que la pareja tiene que considerar las preferencias de sus hijos adolescentes, que ya no son meros elementos pasivos que imponen indirectamente condiciones a la familia por sus demandas especiales, como ocurre cuando son más pequeños (Thornton, Shaw y Williams, 1997).

Para afrontar la segunda de las dificultades, referente a la consideración de todos los factores relevantes, se ha omitido el grupo de variables psicográficas como objeto de análisis, ya que el pre-test realizado a una pequeña muestra puso de manifiesto que alargaba en exceso la extensión de el cuestionario, lo que provocaba que los encuestados se cansaran y los

entregaran incompletos. Se han omitido estas variables y no otras porque su medida no es tan directa como las demás, y se precisaba la respuesta de un conjunto de ítems necesarios para definir los constructos. Sí que se han tenido en cuenta variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje, aunque por razones operativas no se han utilizado para los análisis empíricos toda la gama de posibilidades estudiada en la literatura.

La estrategia a seguir para encarar el problema metodológico consistió en recoger las respuestas de hombres y mujeres por separado, dentro de la pareja, y realizar el análisis también por separado, con el objetivo de poner de manifiesto las discrepancias y las diferencias de percepción, analizando a su vez las causas subyacentes a tales divergencias. Se trata de una aportación interesante de este trabajo, siendo una técnica poco utilizada hasta la fecha por la mayor dificultad de tener que recoger dos respuestas por hogar. Su importancia principal radica en el hecho de no tener que confiar en un solo punto de vista que, en muchas ocasiones, puede estar sesgado.

Se ha considerado más apropiada la formulación en forma de objetivos y sub-objetivos, en lugar de hipótesis de trabajo, por una razón fundamental: el enfoque global de la presente Tesis Doctoral. Es decir, la cobertura de muchos aspectos hace que haya que formular un gran número de hipótesis muy heterogéneas entre ellas. Además, al estudiar todos estos aspectos según dos muestras, la del hombre y la de la mujer, el número de las mismas incrementa aún más. Esta ausencia de hipótesis no es una excepción dentro de este área de estudio, pues muchas publicaciones de referencia en la materia no las han utilizado (Barlés, Fraj y Martínez, 2013a; 2013b; Jenkins, 1978; Kancheva y Marinov, 2014; Kang y Hsu, 2004; 2005; Koc, 2004; Kozak, 2010; Litvin, Xu y Kang, 2004). Como contrapartida, se han formulado los objetivos específicos, que se desprenden del objetivo general, con un alto grado de concreción para dejar claro el propósito de este trabajo con el suficiente nivel de detalle.

Para el análisis empírico se ha utilizado una muestra de 375 parejas que contestaron a un cuestionario cuidadosamente diseñado y posteriormente

validado por expertos de diferentes puntos geográficos, nacionales e internacionales. Se pidió a cada uno de los miembros de la pareja que lo rellenara por separado, junto con otra parte que tenía que rellenar un hijo adolescente que les hubiese acompañado en las vacaciones, aunque esta última no forma parte del objeto de estudio de la Tesis Doctoral. Es importante señalar que este tamaño muestral constituye una fortaleza del trabajo que aquí se presenta pues, comparado con estudios similares, este es superior al de publicaciones de referencia sobre la materia, que analizaron un rango de parejas que va desde las 60 estudiadas por Bonfield (1978) hasta las 300 de la muestra de los trabajos de Barlés *et al.* (2013a; 2013b).

La orientación generalista de esta investigación implica que, más que de una única técnica estadística compleja, se deba hablar de técnicas específicas, que proporcionen respuestas directas a cada uno de los sub-objetivos planteados, para cubrir cada una de las facetas del papel de la pareja en la TDVF. A su vez, la elección de estas técnicas ha venido condicionada por la naturaleza de los datos aportados por la muestra.

Con propósitos descriptivos, y tal como se ha venido haciendo por una inmensa mayoría de los autores en la materia, se ha llevado a cabo un análisis de frecuencias, que resulta extremadamente útil para determinar los roles ejercidos por los miembros de la pareja, la aparición de conflicto y las tácticas de resolución empleadas por las parejas en la TDVF (Fodness, 1992; Jenkins, 1978; Litvin *et al.*, 2004; Martínez y Polo, 1999a; Thornton *et al.*, 1997).

Por otro lado, con el objetivo de identificar las variables que determinan la mayor o menor influencia de los miembros de la pareja en la toma de decisión, se han llevado a cabo una serie de regresiones logísticas binarias, que es una técnica multivariante de análisis de datos que permite establecer relaciones causales entre un grupo de variables, así como el grado de estas relaciones. El uso de esta técnica es poco frecuente en este tipo de estudios, los cuales se han limitado, en muchos casos, a establecer asociaciones entre variables de forma independiente, sin considerar el ajuste que puedan provocar otras



variables y sin establecer una causalidad entre ellas (Cunningham y Green, 1974; Fodness, 1992; Gursoy, 2000; Kerstetter y Pennington-Gray, 1999; Litvin *et al.*, 2004; Stafford, Ganesh y Lockett, 1996a; 1996b; Wang *et al.*, 2007).

Para identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo, se ha utilizado la segmentación jerárquica, también conocida como técnica de árboles, que constituye, al igual que la regresión logística, uno de los métodos multivariantes de dependencia. Se trata de un conjunto de algoritmos que se ha utilizado tradicionalmente en el ámbito de la investigación de mercados para el análisis, entre otras muchas variables, de la satisfacción (Luque, 2000).

La medida de la concordancia entre las respuestas de los miembros de la pareja se ha analizado a partir de un análisis de las frecuencias de parejas que coincidían en su percepción frente a las que discrepaban, procedimiento utilizado por la totalidad de estudios dedicados a esta faceta de la TDVF (Burns, 1977; Bronner y de Hoog, 2008; Davis y Rigaux, 1974; Kancheva y Marinov, 2014; Mohan, 1995). Sin embargo, en esta Tesis Doctoral se ha completado el análisis con el cálculo del índice kappa de Cohen, lo que constituye una visión novedosa en este tipo de estudios, ya que supone una interpretación más exigente de la concordancia que los meros porcentajes de parejas con consenso entre ellas.

La realización de esta investigación ha permitido alcanzar dos tipos de conclusiones: teóricas y empíricas. Las conclusiones teóricas son las que se han podido obtener en virtud de la revisión bibliográfica y del análisis del estado de la cuestión. Las empíricas están formadas por aquellas que se desprenden de los análisis realizados mediante la utilización de las técnicas descriptivas y causales mencionadas anteriormente.

Sin embargo, esta Tesis Doctoral no es un trabajo aislado, sino que constituye un paso más de una serie de estudios con vocación de continuidad. De hecho, en un primer momento, tal y como ya se ha mencionado, los datos

recogidos en el trabajo de campo, pretendían estudiar no solo la influencia ejercida entre los miembros de la pareja, sino también la de los hijos, lo cual ha tenido que posponerse para trabajos posteriores por lo ambicioso del proyecto.

El germen de esta línea se encuentra en el trabajo presentado para la consecución del Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en el que se analizó "El proceso de toma de decisiones de las vacaciones familiares: Estado de la Cuestión", donde se establecieron las bases que posibilitaron la obtención de una visión de conjunto, permitiendo la realización de la investigación que ahora se presenta.

Como puede apreciarse en la tabla 0.1, se plantea la Tesis Doctoral dividida en cuatro partes, en las que se integran los seis capítulos que la componen. En la primera parte se realiza una fundamentación teórica, en la segunda se establecen los objetivos de la investigación, en la tercera se expone el análisis empírico y, en la última parte, se describen las conclusiones.

Más concretamente, en el primer capítulo se analiza la situación actual de la investigación sobre la TDVF realizando un primer recorrido según las diferentes perspectivas desde las que esta se ha estudiado. La primera perspectiva es la individual, en la que el sujeto decisor es, obviamente, el individuo. La segunda es la que se basa en la búsqueda de información como elemento fundamental para la toma de decisiones. La tercera se dedica a la naturaleza colectiva en la toma de decisiones vacacionales, en la cual se incluye el estudio del papel de la pareja, objetivo del presente trabajo. Es por esto que se le ha dedicado un capítulo aparte, el segundo, separándolo de los demás aspectos que también están comprendidos en esta tercera perspectiva.

En el tercer capítulo, que constituye la segunda parte del trabajo, y a la luz de los huecos puestos de manifiesto en la revisión de la literatura, se definen los objetivos de la investigación, comenzando con la definición del objetivo general que dará lugar a los objetivos específicos planteados.

Ya en la tercera parte se lleva a cabo el análisis empírico, con el fin de alcanzar los objetivos descritos anteriormente. Para ello, en el capítulo cuarto se justifican tanto la población como la muestra objeto de estudio, se describe la recogida de datos y el cuestionario empleado y se detallan las técnicas estadísticas que van a ser utilizadas. En el quinto capítulo se presentan y analizan los resultados obtenidos durante el tratamiento estadístico de los datos muestrales.

Para finalizar, se exponen en el capítulo sexto las conclusiones de la investigación, tanto teóricas como empíricas, confrontando estas últimas con las que han obtenido otros autores. Asimismo, se llevan a cabo recomendaciones para futuros estudios que pueden resultar de utilidad.

**Tabla 0.1:** Estructura de la investigación

<b><u>Primera parte</u></b> <b>Capítulos 1 y 2</b>	<b>Fundamentación Teórica</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perspectivas en el estudio de la toma de decisiones de las vacaciones.</li><li>• El papel de la pareja en la TDVF</li></ul>
<b><u>Segunda parte</u></b> <b>Capítulo 3</b>	<b>Objetivos de la investigación</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Objetivos de la investigación</li></ul>
<b><u>Tercera parte</u></b> <b>Capítulos 4 y 5</b>	<b>Análisis empírico</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planteamiento de la investigación</li><li>• Presentación y análisis de los resultados</li></ul>
<b><u>Cuarta parte</u></b> <b>Capítulo 6</b>	<b>Conclusiones</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conclusiones, limitaciones y recomendaciones</li></ul>



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



**ABSTRACT**



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

---

## **ABSTRACT**

In the context of consumer behaviour in marketing, the family must be understood and analysed as a decision-making unit in which its different members intervene, depending on the type of decision being taken (Alonso and Grande, 2010). Within their purchasing decisions are several products, including family holidays, which account for a high percentage of the expenses that families have to face (Nicolau and Más, 2005). It might be thought that the holiday purchasing process does not differ much from that of other products which also account for a major part of the family budget, such as buying a home or a car. However, family holidays present a number of peculiarities, meaning that special considerations should be taken into account when studying this area.

First of all, as family holidays are a service, the risk perceived by potential buyers is increased with respect to manufactured products, given the inherent features of services such as intangibility, inseparability, heterogeneity and expiration (Kotler, 2000; Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1985). Secondly, two further types of risks inherent to services must be added: financial risk and emotional risk. The financial risk comes from the amount of the family budget that holidays use up, whereas the emotional risk is explained by expectations about holidays and their enjoyment, because for many consumers they are the main event that allows them to break their daily routine (van Raaij and Francken, 1984). And, thirdly, besides these risks, we must bear in mind that the tourism product is a complex one, comprising a set of basic products delivered by a large number of suppliers (Kim, Lehto and Morrison, 2007).

Meanwhile, family holidays are a service whose purchase is generally decided as a group, especially as a family. This type of purchase is characteristically more complex and prolonged, with each member of the group playing a distinct role in the process (Alonso and Grande, 2010). Additionally, the need for the decision to be taken by consensus leads to negotiations and conflicts which must be resolved (Bronner and de Hoog, 2008; Bokek-Cohen,

---

2011). However, the main holiday decision-making models assume an individual decision-maker as a subject. While accepting that other individuals influence the decision, they do not take into account the interaction between them throughout the decision-making process (Sirakaya and Woodside, 2005). In other words, even though the family is the common core where holiday-related decisions are taken, this has not particularly attracted the attention of scholars; it not being possible to talk about the existence of much literature on the subject (Barlés, Fraj and Matute, 2010; Kang and Hsu, 2005).

The need for more studies is underlined because in recent years there have been demographic and social changes that have altered the decision-making process, affecting the couple and the children alike. One major change is the incorporation of women into the employment market, resulting in double-income households and an increase in the woman's influence on decision-making (Kang and Hsu, 2005). On the other hand, a more democratic functioning of families has been observed, in which the individual preferences of all members now play a greater role in the purchasing process (Bronner and de Hoog, 2008). In turn, the concept of the family has changed, triggering new forms that transcend the traditional family structure formed by a couple who live with their children (Decrop, 2008).

The changes have not only affected families, but also the tourism market, mainly due to the advent of Information and Communication Technology (ICT). Of particular relevance is the emergence of the Internet, as it has become a tool that can easily provide accessible information and purchasing options which have changed the potential roles of family members in decision-making, depending on their experience with the Internet (Belch, Krentler and Willis-Flurry, 2005).

All these are powerful reasons that invite in-depth and updated research into family holiday decision-making (hereinafter FHDM). A better understanding of this aspect of consumer behaviour in tourism will allow companies in the industry to design their marketing campaigns more effectively.



---

Within the family unit, literature confirms that the main actors in FHDM are the couple, compared to the importance of the children (Belch *et al.*, 2005; Decrop and Snelders, 2005; Ekstrom, Tansuhaj and Foxman, 1986; Filiatrault and Ritchie, 1980; Kozak and Karadag, 2012; Ritchie and Filiatrault, 1980; Wang *et al.* 2004).

For these reasons, the overall objective of this Thesis is the study of **the role of the couple in FHDM**. Fulfilling this objective involves considering the process at all stages, from when recognition of the need arises until the final decision is taken. Moreover, given that holidays are composed of many sub-decisions, a separate analysis is made of those which, in light of literature, were considered more relevant (destination, accommodation, means of transport, budget, date, activities and restaurants) or not widely studied (whether or not to take the children). In turn, considering the role of the couple requires an analysis of the roles played by each partner, the variables determining more or less influence and the conflict emerging throughout the process, as well as the satisfaction associated with the process, especially with the destination chosen.

The overall objective of the proposed approach is a risky task, essentially for three reasons: firstly, as it is a broad objective, covering many aspects; secondly, because it has the intrinsic difficulties of studying human behaviour, with the impossibility of considering all relevant variables and isolating them to study their effect; and thirdly, due to the methodological problem associated with the use of each partner's perception as a source of measurement, as they may not coincide with each other, despite evaluating the same reality.

In order to address these three challenges, separate strategies have been adopted. With respect to the breadth of the subject, because the study of couple-based decisions in FHDM is sufficiently profuse in details, which is complicated by the heterogeneity of existing couples and families, it was considered necessary to set a limit. Specifically, we preferred to limit the subject of the study as a way of simplifying the work, instead of the object (FHDM), in order not to lose the generalistic approach to this work. For this, a particular

type of couple had to be selected. To that end, and in view of the literature reviewed, it was observed that the age of the children and their presence or absence in the family home are highly influential variables in family holiday purchasing processes (Filiatrault and Ritchie, 1980; Fodness, 1992; Gursoy, 2000). Hence, as a first step in the research which this Doctoral Thesis involves, it was decided to study couples with teenage children. This type of family has one of the most complex scenarios when it comes to holiday decision-making. The reason is because the couple must consider the preferences of their teenage children, who are no longer mere passive elements that indirectly impose conditions on the family due to their special demands, as happens when they are younger (Thornton, Shaw and Williams, 1997).

To face the second of the difficulties, concerning the consideration of all relevant factors, a group of psychographic variables as the object to analyse were omitted, as the pre-test conducted as a small sample showed that the questionnaire was too long, which caused respondents to get tired and deliver them incomplete. These variables, and not others, have been omitted because their measurement is not as straightforward as the others and the response of a set of necessary items was required to define the constructs. Socio-demographic and travel behaviour variables have been taken into account, but for operational reasons the full range of possibilities studied in literature have not been used for empirical analyses.

The strategy used to address the methodological problem was to collect the responses of men and women separately within the couple and also perform the analysis separately, in order to highlight the discrepancies and differences of perception, analysing in turn the underlying causes of such differences. This is an interesting contribution to this work, being a technique scarcely used previously due to the greater difficulty of having to collect two answers per household. Its main importance lies in the fact of not having to rely on a single point of view which, in many cases, may be biased.

The formulation of objectives and sub-objectives was considered the most appropriate, rather than a working hypothesis, for one fundamental reason: the global approach of this Doctoral Thesis. That is, by covering many aspects, a great deal of very heterogeneous hypotheses must be formulated. Moreover, in considering all these aspects in two samples, men and women, the number of hypotheses increases even further. This lack of hypotheses is no exception in this area of study, as many reference publications on the subject have not used them (Barlés, Fraj and Martínez, 2013a; 2013b; Jenkins, 1978; Kancheva and Marinov, 2014; Kang and Hsu, 2004; 2005; Koc, 2004; Kozak, 2010; Litvin, Xu and Kang, 2004). In contrast, specific objectives have been formulated, which arise from the overall objective, with a high degree of specificity to clarify the purpose of this study with sufficient detail.

The empirical analysis used a sample of 375 couples who answered a carefully designed questionnaire which was subsequently validated by experts from different geographical locations, both national and international. Each member of the couple was asked to fill it out separately, along with another part to be completed by a teenage child who had accompanied them on holiday, but this part was not included in the subject matter of the Doctoral Thesis. Importantly, this sample size is a strength of the work presented here, because, when compared with similar studies, it is higher than the sample used in reference publications on the subject, which analysed a range of couples from the 60 studied by Bonfield (1978) to the 300 studied by Barlés *et al.* (2013a; 2013b).

The generalistic approach of this research implies that, rather than a single complex statistical technique, it should discuss specific techniques that provide direct answers to each of the sub-objectives considered, in order to cover every facet of the couple's role in FHDM. Meanwhile, the choice of these techniques was conditioned by the nature of the data provided by the sample.

For descriptive purposes, and as has been done by the vast majority of authors on the subject, a frequency analysis was used. This is extremely useful

---

in determining the roles played by the partners, the appearance of conflict and the resolution tactics used by the couple in FHDM (Fodness, 1992; Jenkins, 1978; Litvin *et al.*, 2004; Martínez and Polo, 1999a; Thornton *et al.*, 1997).

Furthermore, in order to identify the variables that determine the degree of influence of the partners in the decision-making process, a series of binary logistic regressions were conducted. This is a multivariate data analysis technique which allows causal relationships to be established between a group of variables, as well as the extent of said relationships. The use of this technique is rare in this kind of studies, which have been limited in many cases to independently establishing links between variables, without consideration for the adjustment which other variables may cause and without establishing causality between them (Cunningham and Green, 1974; Fodness, 1992; Gursoy, 2000; Kerstetter and Pennington-Gray, 1999; Litvin *et al.*, 2004; Stafford, Ganesh and Lockett; 1996a; 1996b; Wang *et al.*, 2007).

Hierarchical segmentation, also known as the tree technique (which, like logistic regression, is a multivariate dependency method) was used to identify the characteristics of the destination and the decision-making process, which have an influence on satisfaction. This is a set of algorithms that are traditionally used in the field of market research for satisfaction analysis, amongst many other variables (Luque, 2000).

The extent of agreement between the responses of the partners was studied using an analysis of the frequency of couples who agreed on their perception versus those that disagreed; a procedure used by all studies devoted to this aspect of FHDM (Burns, 1977; Bronner and de Hoog, 2008; Davis and Rigaux, 1974; Kancheva and Marinov, 2014; Mohan, 1995). However, in this Doctoral Thesis the analysis was completed with the calculation of Cohen's kappa index, which is an innovative vision in this type of study as it represents a more stringent interpretation of the agreement than mere percentages of couples with consensus between them.



This research has yielded two types of conclusions: theoretical and empirical. The theoretical findings are those which were obtained by means of literature review and analysis of the current state of knowledge. The empirical findings are formed by those emerging from the analyses performed by using the aforementioned descriptive and causal techniques.

However, this Doctoral Thesis is not an isolated piece of work, but is another step in a series of ongoing long-term studies. In fact, at first, as already mentioned, the data collected in the fieldwork set out to study not only the influence exercised between the partners, but also that of the children, which has been postponed for subsequent works given the ambitious nature of the project.

The grounds of this line lie in the work presented for the Diploma of Advanced Studies analysing "The family holiday decision-making process: Current state of knowledge", where the bases were established which made it possible to obtain an overview, allowing the realisation of the research hereby presented.

As shown in the table 0.1, the Doctoral Thesis is divided into four parts covering six chapters. In the first part, theoretical foundations are provided; in the second, the research goals are set; in the third, the empirical analysis is presented; and in the final part, the findings are described.

More specifically, the first chapter analyses the current state of research into FHDM, introducing the subject according to the different perspectives from which it has been studied. The first perspective is the individual, in which the decision-maker is obviously the individual. The second is based on the search for information as a key decision-making element. The third focusses on the collective nature of the holiday decision-making process, which includes studying the role of the partner; the objective of this work. This is why it has been designated a separate chapter, the second, keeping it separate from other aspects also included in this third perspective.



In the third chapter, which constitutes the second part of the work, and in light of the gaps highlighted in the literature review, the research objectives are defined, starting with the definition of the overall objective that will lead to the specific objectives considered.

In the third part, the empirical analysis is conducted, in order to achieve the objectives described above. For this, the fourth chapter justifies both the population and sample under study, describes the data collection and the questionnaire used, and details the statistical techniques that will be used. In the fifth chapter, the results obtained during the statistical treatment of the sample data are presented and analysed.

Finally, chapter six presents the findings of the research, both theoretical and empirical, comparing the latter with those obtained by other authors. Useful recommendations for future studies are also given.

**Tabla 0.1:** Research structure

<b><u>First part</u></b> <b>Chapters 1 and 2</b>	<b>Theoretical foundations</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perspectives in the study of holiday decision-making.</li><li>• The role of couples in FHDM</li></ul>
<b><u>Second part</u></b> <b>Chapter 3</b>	<b>Research objectives</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Research objectives</li></ul>
<b><u>Third part</u></b> <b>Chapters 4 and 5</b>	<b>Empirical analysis</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Research approach</li><li>• Presentation and analysis of results</li></ul>
<b><u>Fourth part</u></b> <b>Chapter 6</b>	<b>Conclusions</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conclusions, limitations, and recommendations</li></ul>



**RESUMEN**

**I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES  
DE LAS VACACIONES**

**CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE  
LAS VACACIONES FAMILIARES**

**II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

**CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

**IV.- CONCLUSIONES**

**CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





## **PARTE I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES**

---





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

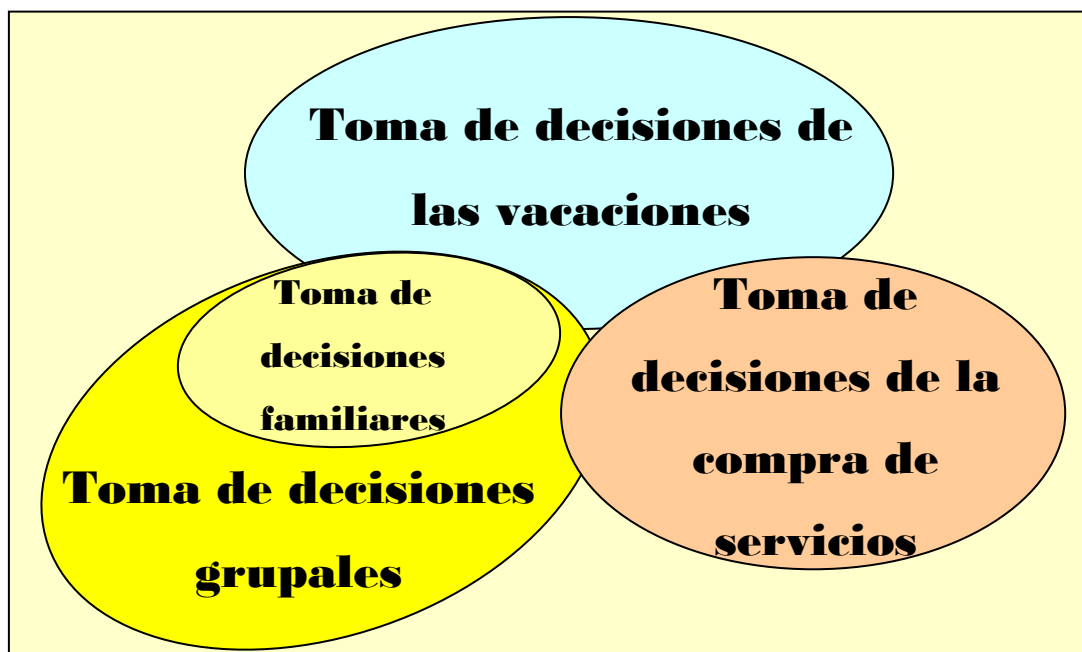
## 1 INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de toma de decisiones de vacaciones familiares, se trata de comprar y decidir sobre la adquisición de un producto que:

- Es un **servicio**.
- Su compra se decide en **grupo**, en contraposición a una decisión de compra individual.
- El grupo que principalmente realiza la compra es la **familia**, con todas las características que la definen.

Por lo tanto, antes de entrar a exponer lo que se ha publicado sobre las decisiones de las vacaciones familiares se definirán con algo más de detalle las tres facetas en las que se encuadra la TDVF. La figura 1.1 muestra las relaciones entre estos conceptos.

**Figura 1.1:** Contextualización de la TDVF



Fuente: Elaboración propia

**A. LAS DECISIONES DE COMPRA DE LOS SERVICIOS:** Para empezar a entender la toma de decisiones vacacionales por parte de las familias se debe comenzar por describir cómo afectan a la compra las cuatro características clave que distinguen los productos manufacturados de los servicios, definidas por Kotler (2000): intangibilidad, por lo que los servicios se convierten en experiencias (Sirakaya y Woodside, 2005); inseparabilidad total o parcial entre la producción y el consumo, por lo que quien presta el servicio y quien lo recibe se convierten en parte del mismo (Caetano, 2003); heterogeneidad, por la que dos servicios similares nunca serán idénticos, debido a la gran importancia del factor humano que envuelve a cada uno (Galindo, González y Parra, 2007; Ruizalba *et al.*, 2014); y caducidad, por lo que al no poder almacenarse, los servicios hay que venderlos a la vez que son producidos (Zeithaml *et al.*, 1985).

La literatura existente al respecto sugiere que estas características especiales de los servicios conllevan unos problemas específicos, diferentes a los que entrañan los productos manufacturados, y precisan estrategias de marketing distintas para su comercialización (Del Alcázar, 2002; Warnaby y Davies, 1997; Thwaites, 1999). Así, por ejemplo, la importancia de la marca cobra especial sentido, pues cubre un importante papel de garantía que disminuye el riesgo percibido (Serra, 2011).

**B. LAS DECISIONES DE COMPRA GRUPAL:** Por su parte, muchas decisiones implican a un grupo de individuos que elaboran sus planes juntos y que intentan influir según sus propias preferencias, ya que participarán conjuntamente de su consumo. Es por esto que la investigación sobre la forma en la que los grupos toman las decisiones de compra es un aspecto fundamental tanto para los

estudiosos del comportamiento del consumidor como para la dirección comercial de las empresas.

Cuando se inicia una decisión grupal, cada individuo elabora su propia lista de ideas acerca de los objetivos que pretende y de las alternativas de elección. Al surgir la discusión, las ideas de cada uno de los individuos se comparten e influyen en las decisiones individuales de cada uno de ellos (Ward y Reingen, 1990).

Un aspecto interesante en la toma de decisiones grupales es el rol que cada individuo juega en dicha toma de decisión. Kotler (2000) identificó cinco tipos de roles en cualquier proceso de compra: el iniciador o *gatekeeper*, que es la persona que reconoce y comunica la necesidad; el influenciador, cuya opinión se tiene en cuenta a la hora realizar la compra; el decisor, que es el individuo con la autoridad financiera o moral para elegir cómo se gastará el presupuesto o en qué productos y en qué marcas; el comprador, que actúa como agente que efectúa en sí el acto de la compra real; y el usuario, que es quien realmente se beneficia del producto o servicio. Puede ocurrir que estos roles tengan lugar en una sola persona, o bien que se repartan entre diferentes miembros de la familia o del grupo de decisión.

La importancia de este aspecto queda plasmada en que esta división de roles ha sido recurrente en los estudios sobre decisiones turísticas (Kancheva y Marinov, 2014; Samsinar, Dahlia y Teo, 2013; Stafford *et al.* 1996a; 1996b; Wang *et al.*, 2004).

Otro aspecto clave en el estudio de las decisiones grupales es que la necesidad de que la decisión se adopte de forma consensuada implica la aparición de negociaciones y conflictos que deben ser resueltos (Bronner y de Hoog, 2008; Bokek-Cohen, 2011). Esta cuestión es especialmente relevante en el caso de las vacaciones,

porque se trata de experiencias que se quieren disfrutar en familia, y, por tanto, se tienen en consideración las preferencias de todos los miembros que participan en ellas (Kang, Hsu y Wolfe, 2003).

**C. LAS DECISIONES DE COMPRA FAMILIAR:** Resulta obvio que la toma de decisiones de varios productos se adopta dentro del seno familiar, por lo que gran cantidad de investigaciones sobre el comportamiento de compra han considerado a la familia como ente fundamental (Barlés, Fraj y Martínez, 2006; Davis, 1970, 1971, 1976; Decrop, 2005; Kang *et al.*, 2003; Nanda, Hu y Bai, 2007; Pérez, 2009).

Según Barlés *et al.* (2006), las decisiones de carácter económico más utilizadas en la mayor parte de los análisis relacionadas con las decisiones familiares, se pueden agrupar en tres categorías: por un lado los productos de compra frecuente o servicios, por otro los productos de consumo duradero y, por último, las decisiones económicas relacionadas con el ahorro, la inversión, el presupuesto familiar, etc. Los productos que han atraído mayor interés por parte de los investigadores han sido los productos duraderos como la vivienda, los automóviles, los electrodomésticos, los muebles, etc. (Barlés *et al.*, 2006; Belch, Belch y Ceresino, 1985; Davis, 1970, 1971, 1976; Davis y Rigaux, 1974; Jenkins, 1979; Martínez y Polo, 1999a; 1999b).

Pero no solo el tipo de producto afecta al proceso de toma de decisiones en el ámbito familiar. Son muchas las variables que afectan a su comportamiento de compra, como las demográficas, las socio-económicas y las psicográficas. Por ejemplo, la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra la familia, el tipo de crianza de los hijos (con padres autoritarios o democráticos), la estructura de la familia (monoparental, básica, extensa, etc.), el nivel de ingresos, la cultura de la que proceden, el nivel educativo, etc., son factores que van a determinar el comportamiento de compra de las familias (Barlés *et al.*,

---

2010; 2013b; Ford, LaTour y Herthorne, 1995; Green y Cunningham, 1975).

En definitiva, la toma de decisión de las vacaciones familiares es una cuestión compleja, donde cada miembro muestra unas preferencias individuales. No obstante, hay que combinar tanto el interés general como los intereses particulares de cada uno de ellos, y el peso que en cada familia se le otorgue a cada uno de los individuos que la forman será fundamental en el resultado de la decisión (Pérez, 2009).

## **2. TIPOS DE PERSPECTIVAS UTILIZADAS POR LA LITERATURA**

Para el análisis de la literatura existente sobre el tema que aquí se aborda, resulta de utilidad exponer la división básica de los estudios que se han llevado a cabo acerca de la toma de decisiones de las vacaciones en general. Para ello, se va a seguir la clasificación propuesta por Bronner y de Hoog (2008), los cuales establecieron tres perspectivas utilizadas en el estudio de las decisiones vacacionales:

- **Perspectiva individual:** Que comenzó con la atención prestada al modelo de racionalidad limitada, el cual intenta modelizar la actuación de los agentes sociales en el marco de la teoría de la elección racional.
- **Perspectiva enfocada en la búsqueda de información:** Según la cual, la búsqueda de información resulta fundamental para el resultado final del proceso de toma de decisiones.
- **Perspectiva de la naturaleza colectiva en la toma de decisiones vacacionales:** En este grupo de estudios se engloban los que consideran que, en contra de la primera perspectiva, el sujeto decisor en el proceso de toma de decisiones de las vacaciones no es una unidad, sino que suele ser la familia, dentro de la que se producen

desacuerdos en las diferentes etapas y sub-decisiones que entraña este proceso.

En esta última perspectiva se encuadra el tema de este trabajo, al abordar el papel de la pareja en las decisiones vacacionales. Por esta razón, a su estudio se le dedicará un capítulo aparte.

### **3. PERSPECTIVA INDIVIDUAL**

Los investigadores de una gran variedad de disciplinas sociales se han centrado en cómo adoptan los individuos sus decisiones. Esto ha servido de gran ayuda en el campo del marketing, que ha ido construyendo una sólida literatura acerca del tema desde los años 50, aunque no fue hasta la década de los 70 cuando comenzaron a desarrollar modelos de comportamiento relacionados con el turismo (Sirakaya y Woodside, 2005).

En un primer momento, entender el proceso de compra de los consumidores fue el objetivo fundamental de los modelos pioneros del comportamiento del consumidor. Nicosia (1966), Engel, Kollat y Blackwell (1968) y Howard y Sheth (1969) proporcionaron los primeros y más influyentes modelos, pero dichos modelos se inspiraron en las decisiones relativas a la compra de productos tangibles y manufacturados.

No obstante, para los investigadores englobados en esta perspectiva individual, y a pesar de ser el turismo un servicio y, además, de características muy especiales, los modelos de los productos manufacturados sirvieron como punto de partida para explicar el proceso utilizado en la compra de servicios turísticos (Sirakaya y Woodside, 2005). De acuerdo con los primeros modelos generales, los modelos fundacionales turísticos consideran igualmente que el agente que toma las decisiones es un todo, es decir, constituye una unidad sin fisuras. Por tanto, se engloban dentro de la perspectiva individual del proceso de toma de decisiones.



Bronner y de Hoog (2008) establecieron que los modelos de toma de decisiones de las vacaciones incluidos en esta perspectiva presentan las siguientes características:

- **Alta implicación** por parte de los agentes decisores (Moutinho, 1987; Wahab, Crampton y Rothfield, 1976). Kang y Hsu (2005) la definen como el grado en el que un individuo está dispuesto a ocuparse en complejas combinaciones de alternativas de elección.
- **Intensa búsqueda de información**, como etapa necesaria para la toma de decisiones en el ámbito turístico (Blackwell, Miniard y Engel, 2002; Howard y Sheth, 1969; Moutinho, 1987; Wahab *et al.*, 1976).
- **Evolución secuencial de los planes**, comenzando con la decisión de ir de vacaciones (Moutinho, 1987; Schmoll, 1977).

Por su parte, Gilbert (1991), en su revisión y análisis de los modelos individuales de decisión en el ámbito turístico, presentó una serie de puntos en común entre ellos:

- Perciben el comportamiento del consumidor como un proceso constante de toma de decisiones.
- Se enfatiza el comportamiento del consumidor individual.
- Se trata el comportamiento como un concepto funcional o utilitario que puede ser explicado.
- Se ve al comprador como un individuo que busca, evalúa y almacena información.
- Los compradores van concretando la información que manejan conforme pasa el tiempo, disminuyendo el número de alternativas respecto a las que se plantearon en un primer momento, en lo que se

ha dado en denominar “embudo del proceso de decisión de compra” o modelo *funnel-like*.

- Incluyen una retroalimentación o *feedback* cuando realizan la compra para enfatizar el efecto que la decisión tiene en otras compras futuras.

A estas características comunes de los modelos individuales del turismo se añade que distinguen de forma muy destacada una lógica secuencial en la que la motivación, la percepción y las actitudes dan lugar a mecanismos de decisión que desembocan en una alternativa en particular, especialmente en la elección del destino (Pons, Morales y Díaz, 2007).

Así, según el análisis de estos modelos, se puede sintetizar el proceso de compra en los siguientes pasos (Blackwell *et al.*, 2002; Carroll y Johnson, 1990; Sirakaya y Woodside, 2005):

1. Reconocimiento del problema.
2. Formulación de fines y objetivos.
3. Generación de alternativas.
4. Búsqueda de información.
5. Elección de una alternativa.
6. Actuación conforme a una decisión tomada.
7. Retroalimentación para la próxima decisión.

Numerosas publicaciones relativas al comportamiento de compra del turista desde la perspectiva individual se han dedicado a un aspecto concreto del proceso anteriormente descrito. Así, por ejemplo, Schmoll (1977) desarrolló un modelo secuencial centrándose en la búsqueda de información, la evaluación de alternativas y la decisión final. Por otro lado, Mathieson y Wall (1982) se dedicaron a identificar los pasos en la toma de decisión, centrándose



en la elección del destino, con especial hincapié en la recogida de información y evaluación, así como en el análisis de la satisfacción con el destino escogido.

En general, estos modelos asumen al turista como un ser racional a la hora de elegir entre las diferentes decisiones que conforman las vacaciones. Es por esto que las opciones escogidas, y muy especialmente el destino, serán aquellas que ofrezcan una mayor utilidad teniendo en cuenta las limitaciones, fundamentalmente temporales, de información y financieras de cada decisor (Gilbert, 1991).

Resulta innegable que los modelos fundacionales han contribuido a la formación de una sólida base para posteriores estudios de la toma de decisiones de las vacaciones. Sin embargo, presentan una serie de limitaciones que hacen que fracasen a la hora de trasladarlos a la compleja vida real (Bargeman y van der Poel, 2006).

Entre los estudios más críticos con este tipo de modelos se encuentran los de Decrop y Snelders (2004, 2005), ya que cuestionan una de sus características fundamentales: la evolución secuencial de los planes. Afirmaron que la toma de decisiones de las vacaciones es un proceso continuo que no termina una vez que se ha comprado el viaje. Esto es especialmente cierto en la etapa de la búsqueda de información, la cual es un flujo constante y no una etapa bien definida cuando se planean las vacaciones, ya que los viajeros consiguen la información de sus fuentes cuando lo estiman oportuno. Incluso la decisión genérica de ir o no ir de vacaciones no es siempre la que se hace en primer lugar, ya que es posible que se decida si finalmente las vacaciones tendrán lugar, o no, en función de la información recogida. Además, estos autores consideran que en los modelos de comportamiento turístico se deben incluir factores emocionales, como la nostalgia y los sueños, que hacen que el turista no siempre se comporte como un ser racional que adopta cuidadosamente las decisiones de mayor utilidad, sino que incluye otros factores emocionales, como los recuerdos de la infancia.



Bargeman y van der Poel (2006), en su estudio empírico, también criticaron la alta implicación que defendían los modelos fundacionales y demostraron que en un número sustancial de hogares, el proceso de elección fue mucho menos profundo y más rutinario de lo que describen estos modelos, dependiendo fundamentalmente del tipo de turista y del tipo de vacaciones.

A todas estas críticas se añade que la mayoría de ellos están basados en escasas o nulas contrastaciones empíricas, existiendo, por tanto, pocas evidencias de que representen la realidad de cómo se toman las decisiones en turismo (Sirakaya y Woodside, 2005; Swarbrooke y Homer, 2007).

Adicionalmente, se puede observar que se trata de modelos antiguos, por lo que teniendo en cuenta los cambios ocurridos en la industria turística (aerolíneas *low-cost*, auge de Internet, ofertas de último minuto o *last minute*, aparición de tipos de turismo diferentes, como los *resort* con “todo-incluido”, etc.), su validez para explicar el comportamiento turístico actual queda en entredicho desde hace tiempo (Decrop y Snelders, 2004).

Por otra parte, estos modelos se han llevado a cabo por investigadores fundamentalmente de Norte América, Australia y Europa, olvidando a mercados que en la actualidad están emergiendo y convirtiéndose en grandes consumidores turísticos, como es el caso de los mercados asiáticos (Swarbrooke y Homer, 2007).

Por todo ello, a pesar de la contribución de los modelos fundacionales al estudio del comportamiento del consumidor turístico, sus limitaciones hacen que sea necesaria una revisión y adaptación a las nuevas realidades.

#### **4. PERSPECTIVA ENFOCADA EN LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN**

La búsqueda de información en el comportamiento turístico es un tema frecuentemente examinado y que, de nuevo, se ha servido de los conceptos y desarrollos teóricos realizados previamente en el ámbito de la investigación



sobre el consumidor de forma general (Chen y Gursoy, 2000; Fodness y Murray, 1997; Hyde, 2008; Ortega y Rodríguez, 2005; Perdue, 1985; Snepenger y Snepenger, 1993; Urbany, 1986).

Las principales razones que argumentan la importancia de la búsqueda de información en la toma de decisiones de las vacaciones son:

- **La intangibilidad propia de los servicios**, ya que implica la imposibilidad de ser probados antes del consumo lo que, a su vez, supone un mayor riesgo percibido. Este mayor riesgo e imposibilidad de prueba solamente pueden ser superados si se sustituyen por la información acerca del producto, la cual sí está disponible en un momento anterior y puede ser recogida por el consumidor (Werthner y Kein, 1999).
- **Naturaleza de producto experiencial** (Del Alcázar, 2001; Sirakaya y Woodside, 2005), que hace que el turismo sea un bien para el que la evaluación completa de sus cualidades *a priori* resulte imposible. Esto implica para el turista un coste de búsqueda de información (Kim *et al.*, 2007).
- **La complejidad del producto turístico**. Ya que está compuesto por un set de productos básicos suministrados por un gran número de proveedores (Werthner y Klein, 1999). Los productos básicos se van agregando mediante entidades intermediarias. La agregación de productos conduce a una búsqueda de información intensiva.
- **Separación entre el lugar en el que se vive y el lugar al que se viaja**, que hace que, con determinada frecuencia, viajar implique visitar una cultura o lugar con costumbres diferentes y en muchos casos desconocidas *a priori* por el turista (Werthner y Kein, 1999).

En resumen, las características únicas del producto turístico acentúan la necesidad de búsqueda de información. Blackwell *et al.* (2002) definen esta



búsqueda de información como la activación motivada de conocimientos almacenados en la memoria o la adquisición de información del entorno, en relación con los potenciales factores que satisfagan una determinada necesidad. Los mismos autores indican que la búsqueda de información puede ser interna o externa. La búsqueda interna se basa en la recuperación de los conocimientos de la memoria, mientras que la externa consiste en recoger información del mercado.

En el momento en el que los turistas son conscientes de que necesitan tomar una decisión, la búsqueda de información se pone en marcha. Cuando se tiene experiencia previa, en un momento inicial, se busca la información internamente, y es este conocimiento previo el que se utiliza como base para la toma de decisiones de las vacaciones (Fodness y Murray, 1997; Gursoy y Chen, 2000; Vogt y Fesenmaier, 1998). Las fuentes de información internas incluyen: experiencias personales, con destinos específicos o similares, y conocimiento acumulado a través del proceso continuado de búsqueda (Fodness y Murray, 1997; Schul y Crompton, 1983; Snepenger *et al.*, 1990; Vogt y Fesenmaier, 1998).

Cuando la búsqueda interna provee suficiente información sobre la decisión del viaje, la externa puede ser menos necesaria (Beatty y Smith, 1987). Sin embargo, si la información interna es insuficiente o antigua, es probable que los turistas emprendan la búsqueda de información adicional de fuentes externas (Beatty y Smith, 1987; Blackwell *et al.*, 2002; Fodness y Murray, 1997; Gursoy y Chen, 2000; Moutinho, 1987; Snepenger y Snepenger, 1993; Vogt y Fesenmaier, 1998).

Es interesante destacar que en la mayoría de las decisiones sobre las vacaciones, particularmente sobre nuevos destinos, la búsqueda es predominantemente externa, implicando un esfuerzo considerable y una variedad de fuentes de información (Fodness y Murray, 1997; Schul y Crompton, 1983).

---

De acuerdo con Snepenger y Snepenger, (1993), los turistas utilizan cuatro fuentes externas de información cuando planean sus viajes:

- Familiares y amigos
- Literatura específica del destino
- Medios de comunicación
- Profesionales del turismo

Por otro lado, la revisión de la literatura sugiere que son varios los factores que influyen en la búsqueda de información externa, los cuales se pueden resumir en:

- **Características de los turistas.** Por ejemplo, el nivel de estudios, el conocimiento previo del producto, las limitaciones de tiempo, la implicación, el ciclo de vida familiar, la cultura o el estatus económico (Etzel y Wahlers 1985; Fodness y Murray, 1997, 1999; Gitelson y Crompton, 1983; Gursoy y Chen, 2000; Hyde, 2008; Schul y Crompton, 1983; Vogt y Fesenmaier, 1998).
- **Características de las vacaciones.** Por ejemplo, el tipo de viaje, el riesgo percibido, la satisfacción previa, la composición del grupo que viaja, la distancia del destino o el propósito del viaje (Fodness y Murray, 1998, 1999; Gursoy y Chen, 2000).

La búsqueda de información es, por tanto, uno de los primeros pasos en la toma de decisiones de las vacaciones, y resulta necesaria para elegir el destino y tomar otras decisiones tales como el alojamiento, el transporte, las actividades y las visitas a realizar durante las vacaciones (Chen y Gursoy, 2000; Filiatrault y Ritchie, 1980; Fodness y Murray, 1998; Gursoy y Chen, 2000; Jenkins, 1978; Perdue, 1985; Snepenger *et al.*, 1990).



El comportamiento de búsqueda de información de un turista potencial comprende qué buscar (contenido) y cómo y dónde buscar (canales) (Cai, Feng y Breiter, 2004). Sin embargo, en la actualidad se han abierto un sinfín de campos de estudio que vienen estimulados por el auge de Internet, el comercio electrónico y las redes sociales, sin duda, claves en la búsqueda de información turística hoy en día (Bronner y de Hoog, 2008; Sáez, Periañez y Mediano, 2013; Xiang, Magnini y Fesenmaier, 2015).

De esta forma, utilizando la terminología empleada por Jang (2005), los estudios que se ocupan de la búsqueda de información en las decisiones de los viajes se pueden dividir en aquellos que tienen una visión tradicional del estudio de la búsqueda de información, es decir, aquellos que, aunque consideran Internet como una fuente más, no se han dedicado al estudio exhaustivo de la búsqueda de información *online* y los que han centrado sus esfuerzos en la búsqueda de información a través de Internet.

La información *online* hace posible que los turistas busquen y comparen desde un mismo punto. Desde el lanzamiento de aplicaciones comerciales de Internet a principios de los noventa, muchos investigadores han observado el potencial de la *World Wide Web* en los negocios, y han abogado por la incorporación de Internet a sus empresas, lo que ha cambiado radicalmente la industria del turismo (Jacobsen y Munar, 2012; Jang, 2005; Ho y Lee, 2007).

Internet se ha configurado como una herramienta muy valiosa para los proveedores y los consumidores, sobre todo en los importantes aspectos de difusión de la información, de la comunicación y de la compra *on line*, por lo que el mantenimiento de un sitio web eficaz se ha convertido en vital para un negocio con objeto de fortalecer su relación con los clientes y obtener un segmento de mercado más amplio (Law, Qi y Buhalis, 2010).





Las investigaciones actuales respecto a la influencia de Internet abarcan fundamentalmente tres tipos de ámbitos:

- **Comportamiento del turista que busca en la red** (Chu, 2001; Ho, Lin y Chen, 2012; Pan y Fesenmaier, 2000; 2006; Rastrollo y Alarcón, 1999; Tierney, 2000).
- **Características de la página Web**, por ser una variable decisiva para que la búsqueda de información se transforme en una compra real (Chu, 2001; Metha y Shah, 2001; Pan y Fesenmaier, 2006).
- **Perfil del turista que busca la información *online*** (Bonn, Furr y Susskind, 1999; Fram y Grady, 1995; Jang, 2005; Kim *et al.*, 2007; Morrison *et al.*, 2001; Weber y Roehl, 1999).

No obstante, la consideración de Internet plantea un gran inconveniente a los investigadores, ya que la rapidez de cambio en el comportamiento de compra y búsqueda de información usando las TIC es tal que, cuando los estudios son publicados, la realidad es otra. A título de ejemplo, se puede citar el estudio empírico de Kim *et al.* (2007), que aborda las diferencias de género en la búsqueda de información turística *online*, para lo cual se basa en datos de 2001. En esa época, la conclusión publicada fue que las mujeres acuden más a las webs que los hombres para buscar información sobre los viajes, pero en seis años los cambios pueden haber sido sustanciales.

De manera que, por ello, en la parte descriptiva del comportamiento con este tipo de fuente ha resultado más útil recurrir a informes y encuestas de organismos públicos y privados. Por ejemplo, a nivel nacional, están Hosteltur, Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM), Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD), informes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, estudios del Instituto Nacional de Estadística (INE), estudios de Eurostat, etc.

Al contrario de lo que ocurría con los modelos fundacionales desde la perspectiva individual, en este tipo de estudios se utilizan con más frecuencia metodologías empíricas (Pan y Fesenmaier, 2000; Fodnes y Murray, 1997; 1998; 1999; Vogt y Fesenmaier, 1998).

Mientras que los estudios enfocados en la perspectiva individual sirven como punto de partida para desarrollar los modelos que tienen como objetivo la toma de decisión grupal, los que se centran en la búsqueda de información son un complemento necesario a estos últimos porque dicha búsqueda va ligada, una gran cantidad de ocasiones, a la TDVF.

## **5. PERSPECTIVA DE LA NATURALEZA COLECTIVA EN LA TOMA DE DECISIONES VACACIONALES**

Desde esta perspectiva, el nivel de interés analítico está en el grupo, más que en el individuo. El mayor cuerpo de estudios se ha llevado a cabo sobre la familia por considerarse el grupo vacacional por excelencia (Schänzel y Yeoman, 2015), aunque en menor medida también se ha considerado otro tipo de grupos que comparten viaje, como objeto interesante de estudio (Decrop, 2008; Decrop, Pecheux y Bauvin, 2004; Gitelson y Kerstetter, 1995).

### **5.1. LAS DECISIONES FAMILIARES SOBRE LAS VACACIONES**

A pesar de que la toma de decisiones familiares ha sido objeto de interés en diferentes áreas de trabajo, no se puede hablar de la existencia de una amplia literatura por parte de los investigadores del turismo (Barlés *et al.*, 2010; Belch y Wills, 2002; Bronner y de Hoog, 2008; Dimanche y Havitz, 1995; Kang y Hsu, 2005).

Además, la literatura existente no refleja la situación actual respecto a esta toma de decisiones. Así, los cambios demográficos y sociales que han tenido lugar han alterado el proceso de toma de decisiones que implica tanto a los hombres como a las mujeres. Entre estos cambios destacan la

incorporación de la mujer al mercado de trabajo, que deriva en hogares que disponen de dos fuentes de ingresos. Por consiguiente, las vacaciones familiares son más frecuentes, pese al estancamiento sufrido en la época de crisis actual (Guzmán-Parra *et al.*, 2015), aunque también suelen ser más cortas, al tener que coincidir los periodos de descanso del grupo que viaja (Belch y Wills, 2002; Kang y Hsu, 2005). Adicionalmente, que la mujer disponga de recursos económicos incrementa la influencia ejercida por ella en la toma de decisiones (Barlés *et al.*, 2010; Samsinar, Dahlia y Teo, 2014).

Las familias son un segmento de mercado básico en la industria de los viajes y el turismo, por lo que el conocimiento del proceso de toma de sus decisiones adquiere gran importancia. Se trata de una toma de decisiones distinta y más compleja que el proceso individual, ya que implica diferentes especificaciones de roles y decisiones conjuntas entre los miembros que la integran (Assael, 1998; Decrop y Kozak, 2014).

Con objeto de simplificar el análisis de las decisiones familiares sobre las vacaciones, ha sido normal reducir el número de etapas en las que se divide el proceso de toma de decisión respecto a las investigaciones que se engloban dentro de la perspectiva individual. Mientras que estas últimas reconocen que el proceso de decisión de compra consta de hasta siete etapas, la gran mayoría de autores que enfocan las decisiones turísticas desde el ámbito colectivo familiar las reducen a tres (Lederhaus y King 1981; Wang *et al.*, 2004). Fueron David y Rigaux (1974) los primeros en definirlas y establecerlas de la siguiente manera:

- (1) **Reconocimiento o iniciación del problema:** ¿Quién es el primero en reconocer la necesidad?
- (2) **Búsqueda de información:** ¿Quién provee y recoge la información sobre las posibles alternativas?
- (3) **Decisión final:** ¿Quién hace la elección final?

Por otro lado, se distinguen dos aspectos centrales desde los que los investigadores se han acercado al estudio de la TDVF:

- Análisis del papel de la pareja.
- Análisis del papel de los hijos.

La presente Tesis Doctoral se encuadra dentro del ámbito de la pareja y, por tanto, a su estudio se dedicará el siguiente capítulo. No obstante, se describe con menor nivel de detalle la influencia de los hijos para contextualizar de forma más precisa la TDVF.

El estudio de la influencia de los hijos adolece de ciertas dificultades que pueden haber repercutido en la escasa investigación sobre ella (Howard y Madrigal, 1990). Poria y Timothy (2014) destacaron las siguientes:

- La recogida de información de los hijos, fundamentalmente cuando son más pequeños, resulta complicada y debe de ser llevada a cabo por expertos que dominen ciertas técnicas, como el *storytelling* o las preguntas a través de dibujos o fotografías. Además, en muchos países se necesitan permisos para recabar información sobre los menores de edad, no solo de los padres sino, incluso, de otro tipo de instituciones.
- El estado actual de la cuestión en el ámbito del turismo no permite una adecuada conceptualización del comportamiento de los hijos, por lo que se desconoce el punto de partida que permita iniciar estudios sólidos. Por ejemplo, las escasas investigaciones sobre el tema asumen en gran medida que los hijos son agentes libres que pueden escoger entre varias opciones, sin considerar que actúen debido a la obediencia a sus padres (Obrador, 2012).
- Los investigadores interesados en ser citados después de una publicación deciden dedicarse a otro tipo de estudios más "comunes" que les permitan un mayor número de citas.

A pesar de todas estas dificultades, la influencia de los hijos en la toma de decisiones de las vacaciones familiares está recibiendo una atención creciente por parte de los investigadores (Watne, Brennan y Winchester, 2014). Hasta la década de los ochenta, el rol que se les había asignado a los hijos era un rol pasivo, fundamentalmente medido por el efecto que ejercen sobre la influencia en la pareja, de acuerdo con la etapa del ciclo de vida familiar, y por su mera presencia, dadas las necesidades especiales que hacen que se establezcan ciertos límites en lo que la familia puede hacer (Thornton *et al.*, 1997). En cambio, se ha utilizado tradicionalmente al hijo con frecuencia como una variable más para explicar la influencia relativa de los padres. Por ejemplo, su presencia/ausencia o sus edades, como determinantes de la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra la pareja, se han señalado como factores que afectan a su proceso de decisión (Filiatrault y Ritchie, 1980; Fodness, 1992; Nichols y Snepenger, 1988).

No obstante, con el paso del tiempo, se ha ido considerado a los niños como agentes activos en la toma de decisiones que expresan deseos que los padres se plantean satisfacer (Belch *et al.*, 1985; 2005; Darley y Lim, 1986; Ekstrom *et al.*, 1986; Martensen y Grønholdt, 2008; Nickerson y Jurowski, 2001; Poria y Timothy, 2014).

La variable explicativa del grado de influencia de los hijos en las decisiones turísticas que suscita un mayor consenso entre los investigadores es la edad de los hijos, presentando una relación directa. Es decir, los hijos mayores son los que ejercen una mayor influencia en las decisiones de las vacaciones de sus padres (Darley y Lim, 1986; Jenkins, 1979; Martensen y Grønholdt, 2008; Therkelsen, 2010). Otras variables, como el tipo de familia (por ejemplo, tradicional o moderna), el ambiente de comunicación familiar o la socialización familiar (por ejemplo, familias socio-orientadas en las que se buscan relaciones sociales agradables y acogedoras en el seno familiar, o familias concepto-orientadas, en las que se anima a los hijos a desarrollar sus propias visiones de los acontecimientos que ocurren en el mundo), se han

utilizado como variables explicativas de la influencia de los hijos, aunque con menor frecuencia (Darley y Lim, 1986; Flurry, 2007; Gram, 2007; Howard y Madrigal, 1990; Watne *et al.*, 2014).

Son escasos los estudios que analizan la influencia del hijo tomando como referencia su propia percepción, es decir, preguntándoles a ellos directamente, siendo más usual medirla a través de la percepción de sus padres (Watne *et al.*, 2014). En los casos en los que se ha recogido la percepción de padres e hijos sobre la influencia de estos últimos, ha sido normal realizar también un análisis del consenso entre ambas respuestas, llegando a conclusiones contradictorias a este respecto (Belch *et al.*, 1985; Gram, 2007; Wang *et al.*, 2004; 2007).

Cuando se estudia la influencia de los hijos en la TDVF, la conclusión que ha suscitado mayor grado de acuerdo entre los autores es que los hijos influyen fundamentalmente en las actividades a realizar en las vacaciones y a la hora de proponer la realización de un viaje (Belch *et al.*, 1985; Darley y Lim, 1986; Jenkins, 1979; Howard y Madrigal, 1990; Thornton *et al.*, 1997).

Por otra parte, aunque las tácticas utilizadas por los hijos para influir en las decisiones de compra de los padres han sido un tema tratado con relativa frecuencia en la literatura para productos de consumo (Caruana y Vasallo, 2003; Flurry, 2007; Flurry y Burns, 2005), ha recibido escasa atención en lo que a la TDVF se refiere, lo cual, junto al análisis de la influencia de los hijos en general, abre un campo de estudio interesante para el futuro.

## **5.2. LAS DECISIONES VACACIONALES DE GRUPOS NO FAMILIARES**

Comparado con el interés que la familia ha suscitado para los investigadores del marketing turístico, las decisiones conjuntas de los grupos han sido tradicionalmente ignoradas. Para intentar cubrir este vacío, Gitelson y Kerstetter (1995) incluyeron a amigos y parientes como parte del grupo de



toma de decisiones vacacional, aunque no analizaron el grupo como una unidad de decisión en sí mismo, sino que lo estudiaron como una fuente de información con capacidad para influir en las decisiones adoptadas por las familias (Decrop, 2008).

Decrop *et al.* (2004) y Decrop (2005) demostraron que la toma de decisiones grupal es completamente diferente a la que se da en las parejas o en las familias. Estas diferencias se pueden resumir en dos:

- La mayoría de las decisiones implican a todos los miembros que componen el grupo de viaje, y no a un subgrupo de él, es decir, que son conjuntas en contraposición a las decisiones autónomas.
- La comunicación es menos fluida, ya que los grupos de amigos no se reúnen de forma tan regular como lo hacen las familias.

Decrop (2008) señaló que debido a las diferencias personales y situacionales que se pueden dar entre los miembros de cualquier grupo que pretendan viajar juntos, diferente del familiar, es necesaria la existencia de un líder que tome las decisiones principales y actúe en nombre del grupo. A este respecto, aspectos como la cohesión y la lealtad al grupo adquieren gran importancia, dado que los miembros están más preocupados por alcanzar un acuerdo que por la adecuación de la decisión a las preferencias individuales de cada uno. Esto conlleva que en muchas ocasiones la decisión adoptada finalmente sea diferente a la que se hubiera tomado de forma individual o en un entorno familiar.

Para muchos proveedores de la industria turística son precisamente estos grupos su principal segmento de mercado, por ejemplo, grupos de estudiantes, clubes deportivos, asociaciones o miembros de empresas (Decrop, 2008). Los estudios que consideran el proceso de toma de decisiones en estos grupos benefician tanto a los investigadores, que encuentran un campo inexplorado e interesante al que dedicarse, como a los responsables comerciales de dichas empresas (Torres, 2015).





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





**PARTE I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN**

**LA TOMA DE DECISIONES DE LAS**

**VACACIONES FAMILIARES**

---



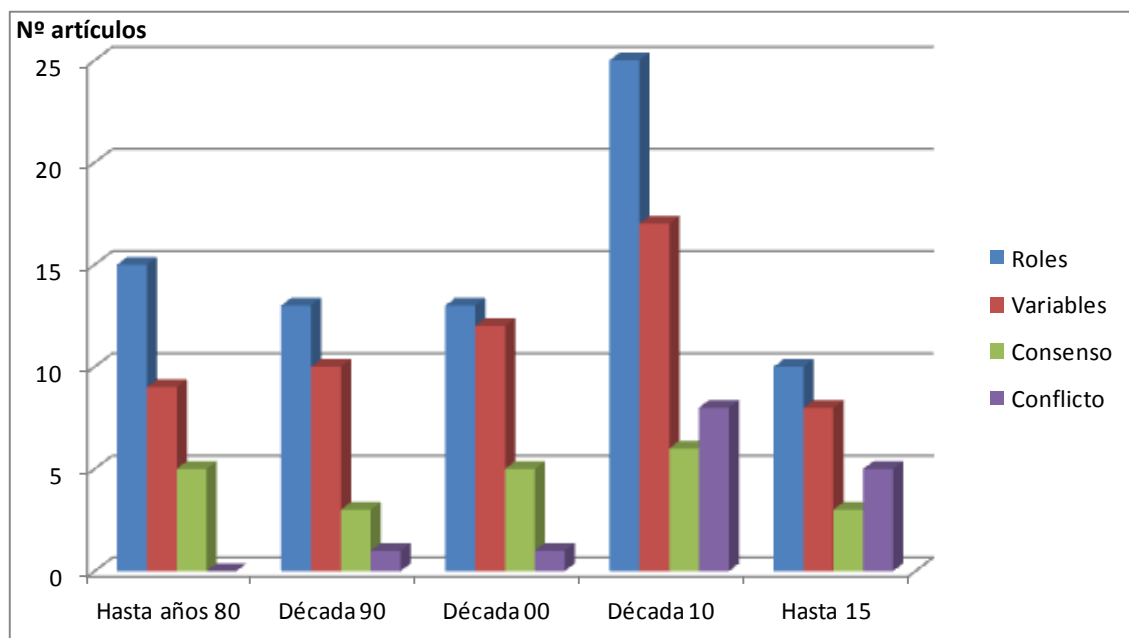
UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## 1. ASPECTOS TRATADOS EN EL ESTUDIO DEL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

La toma de decisiones familiares ha sido un importante tema de investigación en el comportamiento del consumidor desde hace más de 50 años (Howard y Madrigal, 1990). Los primeros estudios se centraron en los roles del marido y la mujer (Davis, 1970; 1971; 1976; Davis y Rigaux, 1974; Sharp y Mott, 1956), en tanto que la influencia de los hijos ha sido considerada de forma más reciente (Darley y Lim, 1986; Ekstrom *et al.*, 1986).

Los aspectos que se han ido tratando en la literatura sobre la toma de decisiones de la pareja en la TDVF se recogen en la figura 2.1 y se pueden agrupar en cuatro categorías: **roles**, **variables**, **consenso** y **conflicto**.

**Figura 2.1.** Distribución temporal del número de artículos y los aspectos tratados sobre la toma de decisión vacacional de la pareja



Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, los investigadores se ocuparon simplemente de los roles ejercidos por los miembros de la pareja, normalmente según la sub-decisión y

la etapa correspondiente. Es importante distinguir entre las etapas y las sub-decisiones, al ser conceptos diferentes. Las etapas o fases constituyen los diferentes pasos por los que se atraviesa en un proceso de toma de decisiones, por ejemplo, reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información o decisión final (Davis y Rigaux, 1974). Por otro lado, las sub-decisiones son los diferentes aspectos sobre los que la familia tiene que pronunciarse y que, en el caso del producto genérico denominado "vacaciones" son varias, por ejemplo, el destino o el alojamiento (Jenkins, 1978).

De forma casi paralela en el tiempo, aunque con menor frecuencia, los investigadores se centraron en relacionar el poder ejercido por cada miembro de la pareja con diferentes variables, aunque sin existir uniformidad respecto a qué variables considerar. Sin embargo, una gran mayoría de autores partió de la teoría de los recursos descrita por Blood y Wolfe (1960), por considerar que constituye una perspectiva clave del poder marital al argumentar que el poder es aportado entre los maridos y las esposas basándose en los recursos relativos con los que cada uno contribuye a la familia, aunque no todas las investigaciones la corroboran (Barlés *et al.*, 2010; Kandel y Lesser, 1972; Samsinar *et al.*, 2013).

Se identifica un tercer tema formado por el del grupo de estudios que, además de ocuparse de los roles de la pareja, analiza la existencia del denominado consenso diádico acerca de la influencia percibida por los miembros de la pareja. El consenso es el grado de acuerdo entre dos o más observadores respecto a la influencia relativa ejercida por cada uno de los miembros que forman parte del grupo que decide, y no se debe confundir con el conflicto, que surge cuando las preferencias individuales no coinciden (White y Johnson, 2001). No existe uniformidad a la hora de establecer cómo medir el consenso y son varios los modelos propuestos, como se verá en el apartado 4 del presente capítulo (Bronner y de Hoog, 2008; Davis y Rigaux, 1974; White y Johnson, 2001).



Ha sido necesario que transcurra buena parte del siglo XXI para que los investigadores del turismo empiecen a dedicarse al cuarto tema identificado: la aparición de conflictos debidos a diferencias de preferencias y sus tácticas de resolución, unidas a la satisfacción experimentada con las vacaciones (Bronner y de Hoog, 2008; Bokek-Cohen, 2011).

En la tabla 2.1 se recogen los artículos dedicados a estudiar la influencia de la pareja en la TDVF, indicando los aspectos cubiertos por cada uno de ellos. Entre dichos artículos se incluyen no solo aquellos que se centran en la pareja como grupo que toma la decisión, ni solo los que analizan las vacaciones en exclusiva, sino otras publicaciones que han incluido en sus análisis a los hijos y a otros productos diferentes a las vacaciones. Sin embargo, se expondrán exclusivamente las conclusiones que afectan directamente a la influencia de la pareja en la TDVF por ser el tema objeto de estudio.

**Tabla 2.1.** Artículos sobre la influencia de la pareja en la TDVF y su temática

Nº	Autores	Año	Roles	Relación roles-variables	Consenso diádico	Conflicto
1	Sharp y Mott	1956	X	X	-	-
2	Weller	1968	X	X	-	-
3	Granbois y Willet	1970	X		X	
4	Kandel y Lesser	1972	X	X	-	-
5	Cunningham y Green	1974	X	-	-	-
6	Davis y Rigaux	1974	X	-	X	-
7	Putnam y Davidson	1974	X	-	-	-
8	Green y Cunningham	1975	X	X	-	-
9	Green y Cunningham	1976	X	X	-	-
10	Burns	1977	X	-	X	-
11	Bonfield	1978	X	X	X	-
12	Douglas y Wind	1978	X		X	
13	Jenkins	1978	X	X	-	-
14	Myers y Moncrief	1978	X	X	-	-
15	Smith	1979	X	X	-	-
16	Belch <i>et al.</i>	1980	-	-	-	X
17	Cosenza y Davis	1980	X	X	-	-
18	Filiatrault y Ritchie	1980	X	X	X	-
19	Green y Cunningham	1980	X	-	-	-
20	Ritchie y Filiatrault	1980	X	X	-	-
21	Cosenza y Davis	1981	X	X	-	-
22	Lederhaus y King	1981	X	X	-	-
23	Qualls	1982	X		X	
24	Bartos	1982	X	X	-	-
25	Cooney <i>et al.</i>	1982	X	X	-	-
26	Green <i>et al.</i>	1983	X	X	-	-
27	Belch <i>et al.</i>	1985	X	-	X	-
28	Shukla	1987	X	X		-
29	Nichols y Snepenger	1988	X	X	-	-
30	Howard y Madrigal	1990	X	X	X	-
31	Fodness	1992	X	X	-	-
32	Madrigal <i>et al.</i>	1992	-	X	-	-
33	Beachm y Tesser	1993	X	-	-	-
34	Madrigal	1993	X	X	X	-
35	Buttle	1994	-	-	-	X
36	Seaton y Tagg	1995	X	X	-	-
37	Stafford <i>et al.</i>	1996a	X	-	-	-

**Tabla 2.1 (Cont.).** Artículos sobre la influencia de la pareja en la TDVF y su temática

Nº	Autores	Año	Roles	Relación roles-variables	Consenso diádico	Conflicto
38	Stafford <i>et al.</i>	1996b	X	-	-	-
39	Henthorne <i>et al.</i>	1997	X	X	-	-
40	Mäser y Weiermair	1998	X	X	-	-
41	Zalatan	1998	X	X	-	-
42	Dellaert <i>et al.</i>	1998	-	-	X	-
43	Kerstetter y Pennigton-Gray	1999	X	X	-	-
44	Martínez y Polo	1999a	X	X	X	-
45	Martínez y Polo	1999b	X	X	X	-
46	Webster y Reiss	1999	-	X	-	-
47	Gursoy	2000	X	X	-	-
48	Bohlman y Qualls	2001	-	-	-	X
49	Belch y Willis-Flurry	2002	X	-	-	-
50	Hsu y Kang	2002	X	X	X	-
51	Hsu y Kang	2003	X	X	-	-
52	Kang <i>et al.</i>	2003	X	X	X	-
53	Shoham y Dalakas	2003	X	-	-	-
54	Kang y Hsu	2004	-	-	-	X
55	Koc	2004	X	X	-	-
56	Litvin <i>et al.</i>	2004	X	-	X	-
57	Mottiar y Quinn	2004	X	-	-	-
58	Wang <i>et al.</i>	2004	X	-	-	-
59	Decrop	2005	X	X	-	X
60	Harcar <i>et al.</i>	2005	X	X	-	-
61	Kang y Hsu	2005	-	-	-	X
62	Ndubisi	2005	X	X	-	-
63	Ndubisi y Koo	2005	X	X	-	-
64	Carr	2006	X	-	X	-
65	Meyer y Pennington-Gray	2006	X	X	-	-
66	Xia <i>et al.</i>	2006	X	X	X	-
67	Gram	2007	X	-	-	-
68	Ndubisi	2007	X	X	-	-
69	Wang <i>et al.</i>	2007	X	X	-	-
70	Bokek-Cohen	2008	-	-	-	X
71	Bronner y de Hoog	2008	X	-	X	X
72	Su <i>et al.</i>	2008	X	X	-	X
73	Beharry-Borg <i>et al.</i>	2009	X	X	-	X
74	Yin <i>et al.</i>	2009	X	X	-	-

**Tabla 2.1 (Cont.).** Artículos sobre la influencia de la pareja en la TDVF y su temática

Nº	Autores	Año	Roles	Relación roles-variables	Consenso diádico	Conflicto
75	Barlés <i>et al.</i>	2010	X	X	-	-
76	Bokek-Cohen y Lissitsa	2010	-	-	-	X
77	Kozak	2010	-	-	-	X
78	Therkelsen	2010	X	-	-	X
79	Barlés <i>et al.</i>	2011	X	X	-	-
80	Bokek-Cohen	2011	-	-	-	X
81	Bronner y de Hoog	2011	-	X	-	-
82	Kozak y Karadag	2012	X	X	-	-
83	Barlés <i>et al.</i>	2013a	X	X	X	-
84	Barlés <i>et al.</i>	2013b	X	X	-	X
85	Samsinar <i>et al.</i>	2013	X	X	-	-
86	Kancheva y Marinov	2014	X	-	X	-
87	Samsinar <i>et al.</i>	2014	X	X	-	-
88	Lee y Marshall	2015	-	-	X	-
89	Pegues	2015a	X	X	-	-
90	Pegues	2015b	X	-	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>76</b>	<b>56</b>	<b>22</b>	<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia

## 2. ROLES DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA

En este apartado se realizará un recorrido por aquellos estudios que han sido citados de forma más frecuente por la literatura y que tratan sobre los roles ejercidos por los miembros de la pareja cuando deciden sobre sus vacaciones, resumiendo sus principales conclusiones.

Como apuntaron Szybillo, Sosanie y Tenenbein (1979), las diferentes formas de medir la influencia hacen cada más difícil sintetizar los resultados de los diferentes estudios. No obstante, esa es precisamente la tarea que se pretende abordar a continuación.

En primer lugar, cabría aclarar la nomenclatura que la literatura ha utilizado para definir las diferentes formas en las que los miembros de la pareja han tomado las decisiones según el rol asignado. Así, se han reconocido cuatro



tipos de **estructuras de decisión**, que Litvin *et al.* (2004) definieron de la siguiente manera:

- **Marido-dominante:** En estas situaciones, el marido ejerce una influencia primaria sobre la decisión de compra y realmente es el que realiza la elección final, teniendo la esposa poca influencia en lo que al reconocimiento del problema o a la decisión real de compra se refiere.
- **Esposa-dominante:** Es la esposa la que ejerce la influencia primaria sobre la decisión de compra y es la que realiza la elección final. El marido tiene un papel limitado en el reconocimiento del problema o en la decisión que finalmente se lleva a cabo.
- **Decisión autónoma:** Es aquella en la que la decisión final la ha tomado uno de los miembros de la pareja, aunque sin determinar si se trata del hombre o de la mujer.
- **Decisión conjunta o sincrética:** En una decisión sincrética, los dos miembros de la pareja se pueden comprometer, negociar, coaccionar, o persuadir el uno al otro, pero al final ambas partes toman la decisión y se ponen de acuerdo en que la decisión adoptada es la correcta.

Los diferentes estudios han seguido utilizando esta nomenclatura, pese a que muchos de ellos se centran en parejas que no están necesariamente casadas, al igual que se hará en el presente trabajo<sup>1</sup>.

Aunque en algunos estudios se ha considerado que una decisión autónoma es aquella en la que la decisión final la ha tomado uno de los esposos, con una considerable influencia de las preferencias del otro, es bastante usual distinguir exclusivamente entre las decisiones esposa-dominante, marido-dominante y conjunta, al considerar que las dos primeras

---

<sup>1</sup> Igualmente se hablará de cónyuges y esposos, independientemente de que estén o no casados, en aras de simplificar el lenguaje.



son autónomas (Burns, 1977; Cooney *et al.*, 1982; Harcar, Spillan y Kucukemiroglu, 2005; Safilios-Rothschild, 1969).

Antes de los años 50, la visión que prevalece en la investigación del consumidor es la del marido que, como cabeza de familia, toma todas las decisiones unilateralmente (Sharp y Mott, 1956). En contraste con estas asunciones unilaterales, Sharp y Mott (1956) propusieron que tanto el marido como la esposa tienen responsabilidades para tomar decisiones en categorías de productos específicas. Los resultados empíricos de su trabajo encontraron poca evidencia de que uno u otro esposo tome, de forma consistente, decisiones unilaterales en las categorías de los productos investigados, concluyendo, para el caso del destino de las vacaciones familiares, que ambos esposos lo deciden conjuntamente.

Casi 20 años después, Cunningham y Green (1974) replicaron el estudio de Sharp y Mott (1956), afirmando que la probabilidad de la decisión conjunta de las vacaciones entre la pareja era aún mayor, debido a los cambios experimentados por las familias americanas durante esas dos décadas.

Desde 1970 se ha revivido con fuerza el interés sobre el comportamiento de compra familiar en la literatura de investigación del consumidor (Filiatrault y Ritchie, 1980). Este resurgimiento tiene su germen en una serie de escritos de Davis (1970; 1971; 1976). Davis (1970) extendió el trabajo de Sharp y Mott (1956), dividiendo la toma de decisiones familiar en sub-decisiones funcionales tales como la decisión concerniente a cuándo comprar, dónde comprar o cuánto gastar. Encontró que cuando una decisión de compra familiar se descompone en estas sub-decisiones, la influencia ejercida varía no solamente según la categoría del producto, como Sharp y Mott (1956) habían encontrado, sino también según la sub-decisión, por lo que concluyó que sería engañoso generalizar sobre los roles de los maridos y las esposas en las decisiones de compra familiares. En definitiva, manifestó que las conclusiones sobre qué esposo será el que tome las decisiones familiares de las vacaciones dependerá de la sub-decisión en particular que se considere.



En otra investigación pionera, Davis y Rigaux (1974) estudiaron empíricamente el proceso de toma de decisiones entre los esposos, dividido en las tres etapas del proceso mencionadas anteriormente: reconocimiento del problema, búsqueda de información externa e interna y decisión final. Hoy en día, este ha sido el enfoque más común para dividir el proceso de decisión de compra familiar (Beatty y Talpade, 1994; Belch *et al.*, 1985; Belch *et al.*, 2002; Howard y Madrigal, 1990). Los propios autores justificaron el uso de estas tres etapas, en lugar de la conceptualización clásica que hasta el momento incluía la evaluación de las alternativas, porque consideran que esta se produce junto con la búsqueda de información. Las investigaciones que posteriormente se centraron específicamente en el turismo han seguido pasos similares (Decrop, 2005).

Fue Jenkins (1978) el primero en aplicar el conocimiento sobre el comportamiento de compra de la familia al estudio de la toma de decisiones de las vacaciones en exclusiva (Bronner y de Hoog, 2008; Litvin, *et al.*, 2004). En concreto, investigó la influencia del marido y la mujer en un número de sub-decisiones sobre las vacaciones, concluyendo que los maridos son los dominantes en las decisiones relativas a la recolección de información, la duración, la fecha de las vacaciones y el presupuesto de viaje. Mientras que establecieron que la decisión de si los niños deben ir a las vacaciones, la elección del modo de transporte, del tipo de actividades, del alojamiento y del destino son decisiones tomadas conjuntamente por ambos cónyuges. Sin embargo, no encontró ninguna actividad en la que la mujer sea dominante.

Otros dos estudios se publicaron al mismo tiempo que el trabajo de Jenkins (1978). En el primero de ellos, realizado por Myers y Moncrief (1978), se estudiaron tres sub-decisiones, dos de las cuales ya habían sido probadas por Jenkins (1978): la selección del destino turístico, la ruta del viaje y el alojamiento. Coincidió con el trabajo de Jenkins (1978) en que tanto la selección del destino como la del alojamiento son decisiones conjuntas, mientras que los maridos ejercen más influencia en las decisiones sobre la ruta



del viaje que las esposas. En el segundo estudio, Filiatrault y Ritchie (1980) examinaron diecisiete sub-decisiones, y encontraron que varias de ellas son decisiones sincréticas, siendo del dominio masculino aquellas relacionadas con la fecha de las vacaciones, la cantidad de dinero a gastar, la duración de la estancia y el precio del alojamiento elegido. En general, se puede decir que las afirmaciones sustanciales de Myers y Moncrief (1978) y de Filiatrault y Ritchie (1980) añadieron credibilidad a los resultados del estudio de Jenkins (1978).

Litvin *et al.* (2004) realizaron un estudio muy interesante cuyo objetivo era comparar los resultados obtenidos por Jenkins (1978) en la muestra de Ohio más de dos décadas después, con la premisa de que los roles sociales del marido y la mujer habían variado bastante, para lo cual replicaron el estudio en otra época y en otro espacio, concretamente en muestras tomadas en Singapur y Kansas. Revisaron siete de las diez sub-decisiones de las vacaciones de las que utilizó Jenkins (1978). Los resultados fueron que mientras que a finales de los 70 el principal decisor era el marido y no existía ninguna sub-decisión esposa-dominante, veinticinco años después la mujer ha ido tomando posiciones de responsabilidad, consiguiendo compartirlas de forma equitativa con el marido. Es decir, concluyeron que el proceso general de toma de decisiones está formado por decisiones conjuntas. Únicamente la búsqueda de información resultó ser marido-dominante, aunque solo en la muestra de Singapur.

Nichols y Snepenger (1988) determinaron que las decisiones conjuntas son las predominantes comparadas con las del dominio del marido y de la mujer, por lo que ya se empezaba a observar un cambio en la influencia percibida, en la línea de los descubrimientos del trabajo ya comentado de Litvin *et al.* (2004). Sin embargo, los resultados sobre la búsqueda de información de Nichols y Snepenger (1988) contradicen a los de Jenkins (1978) y Litvin *et al.* (2004), ya que los primeros concluyeron que, aunque son principalmente los hombres los que se implican más en el proceso en general, esto no se cumple



en la etapa de la búsqueda de información, en la que las mujeres tienen una mayor participación.

Fodness (1992), en su investigación empírica, se dedicó a estudiar el impacto del ciclo de vida familiar en la toma de decisiones de los viajes, estableciendo que las decisiones conjuntas son las más comunes en las decisiones familiares sobre las vacaciones.

Tanto Nichols y Snepenger (1988) como Fodness (1992), ya apuntaron una idea que se va a repetir con frecuencia en publicaciones posteriores: el cambio en el estilo de vida, ya que al aumentar la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo se altera el proceso de toma de decisiones de las familias, tendiendo a ser, cada vez más, decisiones autónomas. Es decir, cada miembro de la familia puede tomar una decisión de forma independiente, sin tener que contar con la aprobación del otro. Sin embargo, no llegan a comprobar esta realidad y que queda únicamente en una impresión de los autores. Se observa así que a finales de la década de los 80 se preveían los importantes cambios que están sufriendo las familias, tendiendo hacia formas menos tradicionales, por lo que se empezaba a recomendar la necesidad, aún vigente, de realizar nuevos estudios que reflejen las realidades del momento (Bronner y de Hoog, 2008, Small, 2008).

Zalatan (1998) realizó un estudio empírico sobre la implicación de las mujeres en la toma de decisión de los viajes de placer que llevaban a cabo los turistas canadienses. Llegó a la conclusión de que las esposas están más implicadas en las decisiones iniciales del viaje (búsqueda de información, selección del destino y determinación de la fecha de las vacaciones) y en las tareas a realizar antes de la partida (preparación del equipaje y cuestiones relacionadas con el transporte como la reserva de billetes). Sin embargo, le otorgó una implicación marginal en las tareas relacionadas con los aspectos financieros de las vacaciones. Cabe señalar que este estudio no distingue entre decisiones esposa-dominante, marido-dominante o conjuntas, ya que su objetivo no era establecer diferencias de género, sino que se limitó a estudiar el



concepto de implicación o grado en el que un individuo está dispuesto a dedicarse al estudio de las diferentes alternativas de decisión (Kang y Hsu, 2005).

Mottiar y Quinn (2004), en un trabajo exploratorio, estudiaron las relaciones de poder entre las parejas, aportando un dato nuevo e interesante. Señalaron que algunos aspectos son claves para determinar el poder de decisión. Así, determinaron que al ser la mujer la que reconoce la necesidad, recoge la información y decide la agencia de viajes, esto le otorga cierto grado de poder en la decisión vacacional pese a que, en general, las decisiones sobre las vacaciones sean fundamentalmente conjuntas, tal y como se ha venido manteniendo en la literatura de forma constante.

En la misma línea, Koc (2004), en un estudio cualitativo, determinó que los roles principales de las mujeres son los de buscadoras y filtradoras de información. Observó una fuerte influencia por parte de ellas en el resultado final en cuanto a dónde y cuándo tendrán lugar las vacaciones familiares, mientras que los maridos juegan un importante papel en la parte financiera de las mismas.

También a principios del siglo XXI, Wang, *et al.* (2004) llegaron a la conclusión de que se toman de forma conjunta las decisiones relativas al lugar, al presupuesto, a la duración de las vacaciones, a la fecha de salida, de la compañía aérea, de los restaurantes, de los medios de transporte, de las excursiones a realizar y de las actividades de las vacaciones. La decisión sobre el alojamiento, las compras y la elección de la agencia de viajes son básicamente sub-decisiones esposa-dominantes. Concluyeron que la búsqueda de información está dominada por las mujeres, aunque en general consideraron las decisiones de las vacaciones fundamentalmente de naturaleza conjunta.

Se observa que pese a tratarse de estudios coetáneos los de Mottiar y Quinn (2004), Koc (2004), Wang *et al.* (2004) y Litvin *et al.* (2004), este último,



para la muestra de Singapur, contradice en cierta medida los resultados de los tres primeros, al encontrar la recolección de información como una decisión marido-dominante, en contra de lo afirmado por los demás.

Barlés *et al.* (2011; 2013a) dan un paso más. En sus estudios no solo ratifican las conclusiones de los trabajos anteriores, sino que indagan en otras sub-decisiones más específicas. En concreto, estudiaron, entre otros aspectos, las tareas de hacer las maletas e ir de compras, que aparecen claramente dentro del dominio de la mujer. Explicaron que esto puede deberse a la existencia de especialización de roles en las parejas encuestadas.

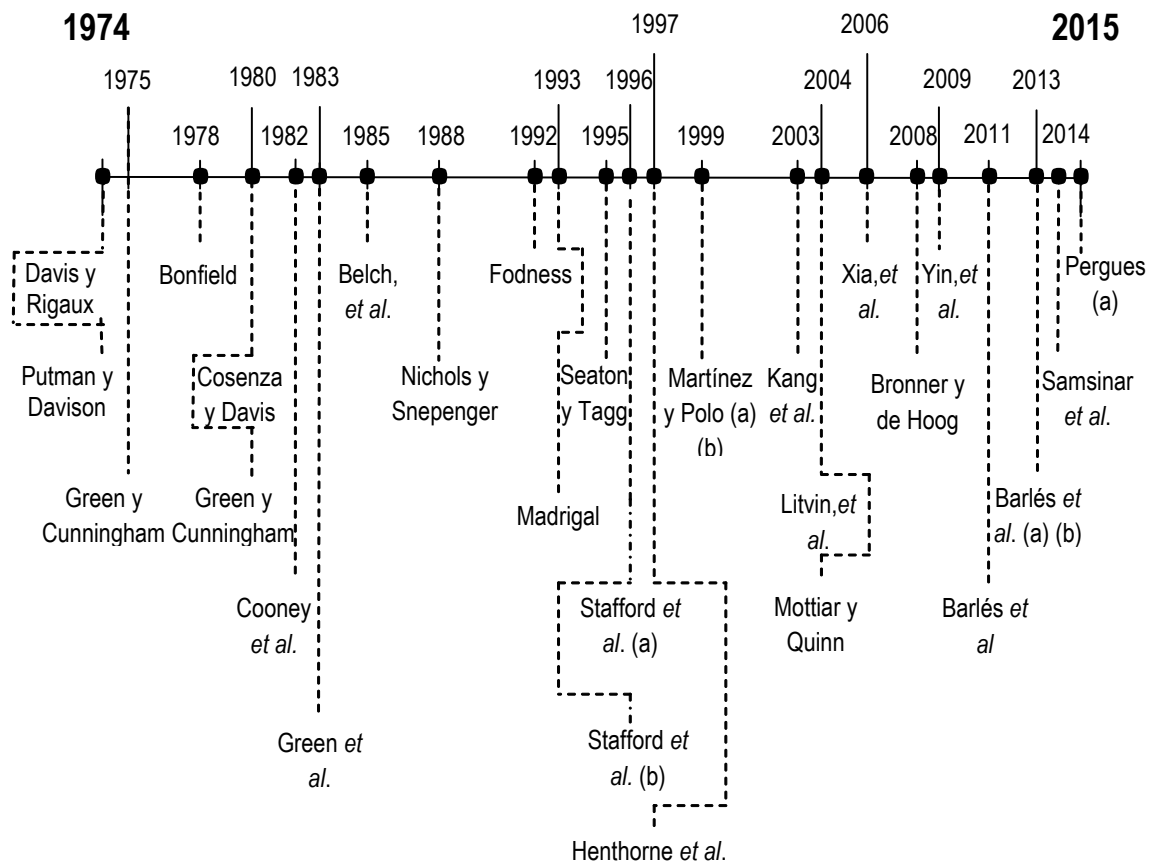
Entre las investigaciones que se han dedicado al estudio de la influencia de la pareja para varios productos, incluyendo las vacaciones, destacan las de Belch, *et al.* (1985) y Martínez y Polo (1999b). La primera de ellas estableció que a lo largo de las etapas del proceso de decisión familiar no existen diferencias significativas entre la influencia ejercida por el marido o la esposa, aunque es ella la que domina en la selección del destino. Por su parte, Martínez y Polo (1999b) establecieron que las decisiones conjuntas son las que se dan con mayor frecuencia en la toma de decisiones familiares, fundamentalmente en productos tan importantes como la decisión de las vacaciones, la inversión de los ahorros o contratar un seguro.

En definitiva, si hay que destacar una conclusión ampliamente compartida de los estudios que tratan sobre la influencia de la pareja en la TDVF esta es, sin duda, que la elección de las vacaciones, consideradas de forma general, ha evolucionado en los últimos 30 años convirtiéndose en una decisión conjunta (Bronner y de Hoog, 2008), tal y como se aprecia en la figura 2.2.

Kang *et al.* (2003) afirmaron que las decisiones conjuntas son lo habitual en las vacaciones familiares debido fundamentalmente a tres factores: en primer lugar, al hecho de que estas se deciden por varios miembros, cuyas opiniones se incorporan al proceso de toma de decisiones; en segundo lugar, porque las vacaciones tienen la función de mantener la salud de la familia, su

bienestar y estilo de vida, un esfuerzo que asegura que sean tomadas en consideración las preferencias de cada miembro; y, en tercer lugar, como son tan importantes, comprometen muchos recursos que generan más decisiones conjuntas que individuales, por su mayor riesgo financiero.

**Figura 2.2.** Distribución temporal de los estudios que demuestran que las decisiones de las vacaciones son una decisión conjunta



Fuente: Elaboración propia

En las tablas 2.2 y 2.3 se presenta la asignación de roles que otorgan cada uno de los trabajos que han abordado el tema, según las diferentes etapas, sub-decisiones y tareas relacionadas con la toma de decisión vacacional por parte de la pareja.



**Tabla 2.2.** Conclusiones de los estudios sobre la estructura de las etapas del proceso de TDVF

<b>Etapas</b>	<b>Esposa-dominante</b>	<b>Conjunta</b>	<b>Marido-dominante</b>
<b>Iniciación</b>	Decrop (2005); Howard y Madrigal (1990); Mottiar y Quinn (2004)	Hsu y Kang (2003); Kancheva y Marinov (2014); Samsinar <i>et al.</i> (2013); Stafford <i>et al.</i> (1996a; 1996b); Wang <i>et al.</i> (2004)	-
<b>Búsqueda</b>	Barlés <i>et al.</i> (2011; 2013a); Fodness (1992); Howard y Madrigal (1990); Koc (2004); Lederhaus y King (1981); Madrigal (1993); Mäser y Weiermair (1998); Mottiar y Quinn (2004); Smith (1979); Wang <i>et al.</i> (2004); Zalatan (1998)	Hsu y Kang (2003); Kancheva y Marinov (2014); Samsinar <i>et al.</i> (2013); Stafford <i>et al.</i> (1996a; 1996b)	Jenkins (1978); Decrop (2005); Wang <i>et al.</i> (2007)
<b>Decisión final</b>	Howard y Madrigal (1990)	Belch y Willis-Flurry (2002); Hsu y Kang (2003); Kancheva y Marinov (2014); Samsinar <i>et al.</i> (2013); Therkelsen (2010); Wang <i>et al.</i> (2004)	Decrop (2005), Jenkins (1978); Kang y Hsu (2005); Wang <i>et al.</i> (2007)

Fuente: Elaboración propia

En síntesis, la literatura considera que las etapas de iniciación y de decisión final se llevan a cabo conjuntamente. En aquellos casos en los que la iniciación no se realiza de forma conjunta, los autores concluyen que es la mujer la encargada del reconocimiento de la necesidad de tomarse unas vacaciones y en ningún caso se ha encontrado influencia del hombre en solitario en esta primera fase. Por el contrario, en la etapa de decisión final, para aquellos estudios en los que no se realiza conjuntamente, la tendencia ha sido considerarla del dominio del hombre. A diferencia de las etapas de iniciación y de decisión final, la búsqueda de información, que ha sido la que más se ha estudiado por los autores, presenta una supremacía del papel de la mujer, por encima de la frecuencia en la que se encuentra conjunta y, con mayor diferencia aún, sobre el número de estudios que otorgan el dominio de la búsqueda al hombre.

**Tabla 2.3.** Conclusiones de los estudios sobre la estructura de las sub-decisiones y tareas de las vacaciones familiares

Sub-decisión/Tarea	Esposa-dominante	Conjunta	Marido-dominante
Actividades	-	Barlés <i>et al.</i> (2011; 2013a); Hsu y Kang (2003); Jenkins (1978); Litvin <i>et al.</i> (2004); Wang <i>et al.</i> (2004)	-
Agencia de viaje	Mottiar y Quinn (2004); Wang <i>et al.</i> (2004)	-	Stafford <i>et al.</i> (1996b)
Alojamiento	Madrigal (1993); Wang <i>et al.</i> (2004); Zalatan (1998)	Barlés <i>et al.</i> (2011; 2013a); Hsu y Kang (2003); Jenkins (1978); Myers y Moncrief (1978); Wang <i>et al.</i> (2007)	Filiatrault y Ritchie (1980); Wang <i>et al.</i> (2007)
Aerolínea	-	Wang <i>et al.</i> (2004; 2007)	-
Compras relacionadas con el viaje	Barlés <i>et al.</i> (2011; 2013a); Wang <i>et al.</i> (2004); Yin <i>et al.</i> (2009); Zalatan (1998)	Wang <i>et al.</i> (2007)	Stafford <i>et al.</i> (1996b)
Control general del viaje	-	-	Yin <i>et al.</i> (2009)
Destino	Zalatan (1998)	Barlés <i>et al.</i> (2011; 2013a); Burns, (1977); Cunningham y Green (1974); Douglas y Wind (1978); Filiatrault y Ritchie (1980); Granbois y Willet (1970); Harcar <i>et al.</i> (2005); Hsu y Kang (2003); Jenkins (1978); Kandel y Lesser (1972); Koc (2004); Litvin <i>et al.</i> (2004); Myers y Moncrief (1978); Qualls (1982); Sharp y Mott (1956); Stafford <i>et al.</i> (1996a; 1996b); Wang <i>et al.</i> (2004; 2007)	Madrigal (1993)
Duración	-	Barlés <i>et al.</i> (2013a); Hsu y Kang (2003); Litvin <i>et al.</i> (2004); Wang <i>et al.</i> (2004); Weller (1968); Yin <i>et al.</i> (2009)	Jenkins (1978); Wang <i>et al.</i> (2007)
Equipaje y preparativos del viaje	Barlés <i>et al.</i> (2010; 2013a); Decrop (2005); Koc (2004); Zalatan (1998)	-	-

**Tabla 2.3 (Cont.).** Conclusiones de los estudios sobre la estructura de las sub-decisiones y tareas de las vacaciones familiares

Sub-decisión/Tarea	Esposa-dominante	Conjunta	Marido-dominante
<b>Fecha</b>	Harcar <i>et al.</i> , (2005); Zalatan (1998)	Barlés <i>et al.</i> (2010; 2013); Stafford <i>et al.</i> (1996a; 1996b); Wang <i>et al.</i> (2004; 2007)	Beachm y Tesser (1993); Jenkins (1978); Madrigal (1993); Ritchie y Filiatrault (1980)
<b>Paquete turístico</b>	Koc (2004)	-	-
<b>Playa a la que ir</b>	Beharry-Borg <i>et al.</i> (2009)	-	-
<b>Presupuesto y aspectos financieros</b>	Yin <i>et al.</i> (2009)	Barlés <i>et al.</i> (2013a); Burns (1977); Harcar <i>et al.</i> (2005)	Belch <i>et al.</i> (1985); Filiatrault y Ritchie (1980); Jenkins (1978); Kang y Hsu (2005); Koc (2004); Madrigal (1993); Wang <i>et al.</i> (2007); Zalatan (1998)
<b>Preparación material pesado</b>	-	-	Decrop (2005)
<b>Presencia de hijos</b>	-	Jenkins (1978)	-
<b>Reservas</b>	Decrop (2005); Mottiar y Quinn (2004)	Hsu y Kang (2003)	-
<b>Restaurantes y comidas</b>	Zalatan (1998)	Barlés <i>et al.</i> (2010; 2013a); Wang <i>et al.</i> (2004; 2007)	-
<b>Rutas y tours</b>	-	Barlés <i>et al.</i> (2010; 2013); Wang <i>et al.</i> (2004; 2007)	Myers y Moncrief (1078)
<b>Transporte</b>	Zalatan (1998)	Jenkins (1978); Stafford <i>et al.</i> (1996a; 1996b); Wang <i>et al.</i> (2004; 2007)	-
<b>Tipo de régimen de alojamiento</b>	Barlés <i>et al.</i> (2013a)	-	-
<b>Tipo de vacaciones</b>	Carr (2006)	-	-
<b>Visitar la agencia de viaje</b>	-	Harcar <i>et al.</i> (2005); Stafford <i>et al.</i> (1996a; 1996b)	-

Fuente: Elaboración propia

En resumen, las conclusiones de la bibliografía que estudia los roles en las diferentes sub-decisiones y tareas relacionadas con las vacaciones familiares ponen de manifiesto que el destino ha sido la sub-decisión más estudiada por los investigadores turísticos, catalogándose como decisión conjunta en la mayor parte de los casos. La elección de las actividades, el alojamiento, la duración, la fecha, la elección de restaurantes, la ruta, el modo



de transporte y la visita a las agencias de viaje son en su mayoría conjuntas, aunque se puede observar que no todas se han estudiado con la misma intensidad.

El marido ejerce una mayor influencia en la decisión relativa al presupuesto y a los aspectos financieros de las vacaciones. Únicamente Yin, Cai y Yin (2009) concluyeron que son las mujeres, en las familias chinas, las encargadas de los aspectos financieros del viaje.

La mujer se encontró más influyente en la realización de las compras antes y durante el viaje, y en la preparación del mismo en sus aspectos más prácticos, como hacer el equipaje. En ningún estudio aparecen estos aspectos del dominio del marido. Únicamente Decrop (2005) asignó al esposo la preparación del material pesado necesario para el viaje. A la vista de estos resultados se intuye la existencia de especialización de roles.

Para las demás sub-decisiones y tareas resulta arriesgado llegar a alguna conclusión general, dado que han sido escasamente estudiadas. Sería el caso de la elección del tipo de vacaciones, de la agencia de viajes, de la aerolínea, del régimen de alojamiento o del paquete turístico.

Resulta curioso observar en las tablas 2.2 y 2.3 que aquellos aspectos de las decisiones que requieren algún tipo de actividad física se identifican mayoritariamente con una decisión autónoma, es decir, tomada por uno solo de los miembros, en contraposición con aquellas cuestiones puramente cognitivas, en las que abundan las decisiones conjuntas. Es el caso de aspectos como la búsqueda de información, ir a la agencia de viaje, realizar las compras durante el viaje, hacer el equipaje o realizar las reservas, en las que existe mayoría de estudios que las catalogan de decisión autónoma. Sin embargo, cuestiones como quién fue el iniciador, quién eligió el destino o el alojamiento, se encuentran como una decisión conjunta.

### **3. VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA INFLUENCIA RELATIVA DE LA PAREJA EN LA TDVF**

Con el objetivo de encontrar una explicación a la mayor o menor influencia de los miembros de la pareja en la toma de las decisiones vacacionales, son varios los estudios que han investigado sobre las variables, externas o internas, que afectan al comportamiento de compra. Aunque no todas las que señala la literatura para el comportamiento del consumidor turístico han suscitado el mismo interés por parte de los investigadores. Así, las que se han utilizado de forma más frecuente son las demográficas y las socio-económicas. En menor medida se han utilizado las variables de comportamiento de viaje y, ocasionalmente, se han analizado las variables psicográficas.

#### **3.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS**

Dentro de las variables demográficas relacionadas con las vacaciones, en un nivel más específico, se encuentran:

- Edad (Kerstetter y Pennigton-Grey, 1999; Meyer y Pennington-Gray, 2006; Nichols y Snepenger, 1988).
- Tiempo de convivencia de la pareja (Martínez y Polo, 1999b; Myers y Moncrief, 1978).
- Ciclo de vida familiar (Cosenza y Davis, 1981; Gursoy, 2000; Yin *et al.*, 2009; Osman *et al.*, 2014).
- Nacionalidad (Ford *et al.*, 1995; Green y Cunningham, 1980; Harcar *et al.*, 2005).
- Tipo de familia (Yin *et al.*, 2009).
- Tipo de unión (Webster y Reiss, 1999).

Se ha estudiado el efecto de estas variables en la estructura de las decisiones vacacionales tomadas por la pareja, unas veces por separado y otras combinándolas entre ellas. A continuación, se exponen las principales conclusiones extraídas por los diferentes autores.

### **3.1.1. EDAD**

En su modelo teórico, Sheth (1974) planteó la hipótesis de que la toma de decisiones conjunta decrece con la edad de la pareja, aunque no lo probó empíricamente. Wolgast (1958), aunque no estudió directamente las vacaciones, sí llegó a probar empíricamente esta afirmación. Sin embargo, los estudios de turismo no han conseguido llegar a unas conclusiones claras. En algunos casos, de acuerdo con los trabajos anteriormente citados, se afirma que es más probable que las parejas jóvenes tomen las decisiones turísticas de forma conjunta (Cosenza y Davis, 1981; Kerstetter y Pennington-Gray, 1999; Myers y Moncrief, 1978). En cambio, Green y Cunningham (1975) sugirieron que las decisiones conjuntas de las vacaciones incrementan con la edad, y Filiatrault y Ritchie (1980), sin embargo, establecieron que es más probable que las parejas de mediana edad las tomen conjuntamente, en contraposición con aquellas que son más jóvenes o más mayores.

Cuando se tiene en cuenta únicamente la edad de la mujer, se ha comprobado que son las de más edad las que tienen mayor influencia en la pareja a la hora de tomar las decisiones relativas al viaje vacacional (Barlés *et al.*, 2010; Cosenza y Davis, 1981; Meyer y Pennington-Gray, 2006). Meyer y Pennington-Gray (2006) explicaron que se trata de un resultado interesante, ya que aunque afirmaron que tradicionalmente los investigadores del comportamiento del consumidor han sugerido que las mujeres más jóvenes están más involucradas en la toma de decisiones en todos los aspectos de la vida, las decisiones vacacionales difieren de las demás por sus singularidades y complejidad, y las mujeres más mayores tienen más tiempo para ello. En la misma línea, aunque con matices,

Barlés *et al.* (2010) argumentaron que las mujeres más mayores tienen un mayor protagonismo en la TDVF porque mayor edad supone mayor especialización de las tareas que tradicionalmente se asignan a cada sexo, asumiendo ellas el papel de compradoras en el hogar, en este caso, decidiendo sobre dónde ir y qué hacer en las vacaciones.

Nichols y Snepenger (1988) se centraron en una variante de la variable edad: la diferencia de edad. Afirmaron que a mayor diferencia entre los miembros de la pareja, más probabilidad de que las decisiones vacacionales sean del dominio del marido.

### **3.1.2. TIEMPO DE CONVIVENCIA**

Directamente relacionado con la edad, Myers y Moncrief (1978), estudiaron el efecto del tiempo de convivencia de la pareja y la influencia de sus miembros en la elección de la ruta a seguir y del alojamiento, concluyendo que aquellas que llevan mucho tiempo conviviendo eligen estas sub-decisiones conjuntamente entre ellos. Esta visión se contradice con la de Burns y Hopper (1986), quienes asociaron las decisiones conjuntas a menores años de matrimonio. Tampoco la comparten Martínez y Polo (1999b), que concluyeron que, en general, las decisiones vacacionales tienden a ser del ámbito del marido en aquellas parejas que llevan mucho tiempo conviviendo.

### **3.1.3. CICLO DE VIDA FAMILIAR**

El concepto de ciclo de vida familiar ha llegado a ser firmemente aceptado en lugar de la edad en varios campos de los estudios del consumidor (Gursoy, 2000). Este concepto también ha sido utilizado ampliamente por los investigadores del turismo desde finales de los años 70 (Cosenza y Davis, 1981; Cunningham y Green, 1974; Fodness, 1992; Jenkins, 1978).

Los estudios de Filiatrault y Ritchie (1980) y de Nichols y Snepenger (1988) demostraron que dominan las decisiones tomadas por el marido en las familias con niños, y que las decisiones conjuntas prevalecen si no los hay, siendo muy escasa en este último caso la influencia de la mujer. Es decir, que la presencia de hijos tiende a reducir la influencia de la esposa.

Fodness (1992), en cambio, concluyó que es la esposa, en estados del ciclo familiar con niños, la que lleva a cabo la búsqueda de información en una decisión que, en general, es tomada conjuntamente por la pareja. En la línea de Fodness (1992) también se encuentra la investigación de Gursoy (2000), que relacionó la búsqueda de información con el ciclo de vida familiar. Llegó a la conclusión de que en el caso de las parejas jóvenes con hijos adolescentes son las mujeres las que suelen ocuparse de dicha búsqueda. También lo hacen ellas en parejas de mediana edad sin hijos y con hijos mayores dependientes. Sin embargo, es más probable que lo haga el hombre en parejas jóvenes sin hijos y en parejas maduras con hijos mayores, tanto dependientes como independientes.

#### **3.1.4. NACIONALIDAD**

Algunos autores han intentado comparar las decisiones de las vacaciones familiares entre diferentes países. Seaton y Tag (1995), utilizaron muestras de italianos, franceses, británicos y belgas, estableciendo que la mayoría de las decisiones sobre las vacaciones son decisiones sincréticas, particularmente en Italia, si bien en aquellas que no aparecieron como decisiones conjuntas eran ellas las decisoras finales.

Por su parte, Green y Cunningham (1980) compararon una muestra de mujeres estadounidenses con otra de mujeres venezolanas, encontrando diferencias significativas entre ellas. Demostraron que, aunque la decisión de las vacaciones en general es una decisión conjunta en ambos países, en Venezuela el hombre ejerce mayor influencia que la que ejerce en EEUU. Estos mismos autores, junto con otros más, en otra



publicación en 1983, compararon muestras de mujeres casadas en EEUU, Francia, Holanda, Gabón y Venezuela, y concluyeron que, de nuevo, la compra de las vacaciones se decide conjuntamente en todos los países, aunque la muestra de Gabón reflejó una mayor influencia del marido que las del resto de países analizados.

En el mismo sentido se encuadra el estudio de Hsu y Kang (2003), quienes entrevistaron a personas que viajaron a Hong Kong procedentes tanto de Asia (China continental, Singapur, Malasia y Taiwán) como de occidente (Europa occidental, USA y Australia), encontrando que los viajeros occidentales mostraron una mayor tendencia a realizar las decisiones conjuntamente.

En otro estudio multinacional más reciente, en parte cualitativo y en parte cuantitativo, Gram (2007) analizó dos muestras, una de familias danesas y otra de alemanas, constatando que en ambas las mujeres ejercían una mayor influencia en las decisiones vacacionales, siendo más patente en los hogares daneses que en los alemanes. El estudio explica que esta diferencia se debe a que las mujeres danesas son más activas en el mercado de trabajo y cuentan con mayores ingresos que las alemanas. Asimismo señaló que la familia danesa es menos patriarcal y tradicional.

En cambio, Harcar *et al.* (2005) estudiaron muestras de familias de EEUU, Canadá, Guatemala, Turquía y Vietnam, encontrando un alto grado de similitud entre ellas en los roles de la toma de decisiones familiares de varios productos, entre los que incluyeron las vacaciones.

En general, se comparte la conclusión de que en las culturas de naturaleza tradicional, o bien el hombre o bien la mujer muestran alguna especialización de rol cuando toman algunas sub-decisiones sobre las vacaciones, revelando bajos porcentajes de decisiones conjuntas cuando se comparan con otros países *a priori* menos tradicionales (Barlés *et al.*, 2013b).

### **3.1.5. TIPO DE FAMILIA**

En lo referente al tipo de familia, Yin *et al.* (2009) realizaron su estudio en China, distinguiendo entre familias de dos miembros (pareja sin hijos), familias básicas (pareja e hijos) y familias extensas (pareja, hijos y otros miembros diferentes, por ejemplo, los abuelos). La principal conclusión que extrajeron fue que la toma de decisión conjunta es predominante en todas ellas. A esta decisión conjunta mayoritaria le seguía la marido-dominante en las familias de dos miembros y en las familias extensas. En el caso de las familias básicas, encontraron que es la mujer la que tiene mayor influencia en las decisiones vacacionales que el hombre.

### **3.1.6. TIPO DE UNIÓN**

Únicamente Webster y Reiss (1999) consideraron el tipo de unión de la pareja, aunque fue una variable para la que no encontraron diferencias en la influencia relativa ejercida por cada miembro en la compra de varios productos, entre los que se encontraban las vacaciones, según estuviesen casadas o bien simplemente cohabitando.

## **3.2. VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS**

Entre las que caben mencionar las que se relacionan a continuación:

- La situación laboral de la mujer (Pegues, 2015a; Shukla, 1982; Weller, 1968).
- El nivel educativo (Barlés *et al.*, 2010; Wang, *et al.*, 2007; Zalatan, 1998).
- El estatus económico (Nichols y Snepenger, 1988; Pegues, 2015a; Wang *et al.*, 2004).

Estas variables han ido de la mano en muchas investigaciones, basándose en la ya mencionada teoría de los recursos, descrita por Blood y

Wolfe (1960), según la cual el poder entre los miembros de la pareja depende de los recursos relativos con los que cada uno contribuye. Tales recursos incluyen, básicamente: educación, ingresos, prestigio ocupacional, conocimientos o habilidades (Bokek-Cohen, 2011). Por ejemplo, la teoría asume que cuanto mayor sea la cantidad de ingresos que un cónyuge aporta al matrimonio, mayor será su poder de toma de decisión.

### **3.2.1. SITUACIÓN LABORAL DE LA MUJER**

Bartos (1982) indicó que es más probable que las mujeres que trabajan fuera del hogar participen en el proceso de TDVF que aquellas que son amas de casa exclusivamente. En general, muchos estudios comparten que si la mujer trabaja fuera del hogar, las decisiones vacacionales tienden a ser conjuntas (Lederhaus y King, 1981; Martínez y Polo, 1999b; Pegues, 2015b; Weller, 1968), y si trabaja en casa, el grado de influencia del hombre aumenta (Green y Cunningham, 1976; Jenkins, 1978; Martínez y Polo, 1999b; Shukla, 1987). Estas afirmaciones concuerdan con los principios que postula la teoría de los recursos (Blood y Wolfe, 1960).

Por el contrario, existen otros estudios que no comparten completamente esta visión. Barlés *et al.* (2010) establecieron que las tareas previas a la realización del viaje, tales como la recogida de información, la elección del destino, del alojamiento y su régimen, así como la compra de los billetes del viaje recaen sobre la esposa cuando esta no trabaja fuera del hogar. Afirman que este resultado puede considerarse lógico, al contar las mujeres no trabajadoras con más tiempo para tomar tales decisiones y realizar dichas tareas, mientras que las que trabajan fuera del hogar deben compartir esas responsabilidades con sus parejas. Por su parte, Cosenza y Davis (1980) afirmaron que si la mujer trabaja fuera del hogar, las decisiones vacacionales están influidas por ella, pero si no trabaja fuera, la decisión tiende a ser más conjunta.

En cambio, en su reciente estudio, Samsinar *et al.* (2013) no encontraron diferencias entre las esposas que trabajan fuera de casa y las que no, atribuyéndolo a que, aunque sean exclusivamente amas de casa, tienen una orientación moderna. Aunque admiten que los recursos económicos que poseen son importantes a la hora de influir en las elecciones de las vacaciones, estiman que no son suficientes para considerarlos como factor determinante y, probablemente, lo que más les afecte sean sus valores y creencias.

### **3.2.2. NIVEL EDUCATIVO**

La revisión de la literatura establece que el nivel de estudios está directamente relacionado con la influencia ejercida por cada uno de los miembros, tanto si se compara entre ellos como si se considera a nivel de individual. Es decir, si la mujer tiene más nivel que el hombre, las decisiones tienden a ser del dominio de la esposa (Lederhaus y King, 1981; Wang *et al.*, 2007), en tanto que si el nivel de estudios entre ellos coincide, la decisión final se realiza de forma conjunta (Lederhaus y King, 1981). Asimismo, al margen de comparaciones, cuanto menor sea el nivel educativo de los hombres, menos influencia ejercen (Barlés *et al.*, 2010; Wang *et al.*, 2007), cediéndosela a sus parejas (Martínez y Polo, 1999b). En general, poseer mayores niveles educativos incrementa la influencia de los miembros de la pareja en las decisiones de las vacaciones familiares (Madrigal, Havitz y Howard, 1992; Zalatan, 1998).

### **3.2.3. ESTATUS ECONÓMICO**

Las publicaciones que relacionan el nivel económico familiar con la toma de decisiones vacacionales muestran que en las familias con bajos ingresos se tiende a una toma de decisiones esposa-dominante; las de ingresos medios emplean más la toma de decisiones conjunta; y los altos ingresos utilizan una toma de decisiones marido-dominante (Filiatrault y Ritchie, 1980; Myers y Moncrief, 1978; Nichols y Snepenger, 1988).

En concordancia con esta visión, se sitúa la investigación de Wang *et al.* (2007) que afirmaron que cuando el nivel de ingresos familiares sube, también incrementa la probabilidad de un dominio del marido con respecto a la elección de los paquetes turísticos. Estas afirmaciones coinciden con el punto de vista de Wolgast (1958), aunque sin referirse concretamente a la compra de los paquetes turísticos, sino a las vacaciones en general. En cambio, son inconsistentes con los resultados de Sharp y Mott (1956), que encontraron que cuando el nivel de ingresos sube, también hay un incremento en la probabilidad de una toma de decisión mutua. Por su parte, Kandel y Lesser (1972) establecieron que los ingresos familiares no están relacionados con la autoridad del marido.

Los ingresos a nivel individual y su relación con los roles ejercidos se han estudiado en menor medida. Kandel y Lesser (1972) cuestionaron la teoría de los recursos estableciendo que la relación de la ocupación del marido con el poder marital es muy ligera. Sin embargo, otros estudios más recientes han establecido que las mujeres modernas tienden a tener un control individual sobre sus ingresos y, por tanto, una mayor influencia en los procesos de compra en general y en el de las vacaciones en particular (Barlés *et al.*, 2010; Samsinar *et al.*, 2014).

Con el paso del tiempo los estudios sobre la TDVF han ampliado tímidamente el concepto tradicional de recursos personales entendidos fundamentalmente como recursos económicos. Es el caso del estudio cualitativo de Decrop (2005), que consideró otro tipo de recursos como el tiempo disponible de cada miembro o la salud de la que disfrutaban. Por otro lado, Bokek-Cohen (2011) distinguieron entre el poder marital objetivo, compuesto por los recursos económicos reales, y el poder marital subjetivo, compuesto por sentimientos tales como el amor de los esposos o la autoestima. Utilizaron ambos poderes como variables explicativas del tipo de estrategia de resolución de conflictos utilizada por los miembros de la pareja. Bokek-Cohen y Lissitsa (2010), por su parte, incluyeron como

recursos, además, la utilización del sexo como forma de influencia. En definitiva, se trata de estudios que proponen visiones alternativas y a la vez integradoras, muy poco utilizadas hasta la fecha, que invitan a la revisión de la teoría postulada por Blood y Wolfe (1960).

### **3.3. VARIABLES DE COMPORTAMIENTO DE VIAJE**

En mucha menor medida que en los casos anteriores se han considerado variables de comportamiento de viaje para explicar la estructura de la decisión entre los miembros de la pareja, siendo más frecuente su utilización como variables explicativas de la búsqueda de información por parte de los turistas. No obstante, entre las que se han utilizado con el primer propósito se encuentran:

- El motivo principal de las vacaciones (Fodness, 1992; Hsu y Kang, 2002).
- La experiencia previa (Koc, 2004).
- La planificación del viaje y la participación en las actividades (Nichols y Snepenger, 1988).

#### **3.3.1. MOTIVO PRINCIPAL DE LAS VACACIONES**

Tradicionalmente se ha distinguido entre aquellas familias que viajan exclusivamente por placer, las que lo hacen además para visitar a familiares y amigos y las que mezclan negocios y placer (Fodness, 1992; Fodnes y Murray, 1999).

Fodness (1992) concluyó que aquellas familias que viajan para visitar a amigos o parientes los utilizan para planear sus viajes, otorgándoles una influencia notable en el proceso. Encontró, además, una relación entre tener bajos ingresos y realizar el viaje vacacional con el objetivo de visitar a familiares y amigos.

Según Hsu y Kang (2002), el grupo de los viajeros por negocios mezclados con placer contestaron que la estructura marido-dominante era el tipo de decisión más común, excepto para el reconocimiento de la necesidad y la determinación de las actividades en las que participar, que fueron decididas conjuntamente por la pareja. Por el contrario, para el grupo que visitaba a familiares y amigos, la toma de decisiones conjunta fue la más frecuente en todas las sub-decisiones relacionadas con las vacaciones que estudiaron.

### **3.3.2. FRECUENCIA DE VIAJE**

A pesar de que Zalatan (1998) propuso estudiar la relación entre la frecuencia del viaje y el nivel de implicación de la esposa en aspectos de la toma de decisión vacacional, a día de hoy estos estudios no se han llevado a cabo. Solo Koc (2004) intentó llenar este vacío y estableció que con el aumento de la experiencia en la compra de las vacaciones, la toma de decisiones común entre mujeres y hombres desciende significativamente, y lo atribuyó al hecho de que cualquiera de los miembros de la pareja está conforme delegando la decisión en el otro, confiado por el resultado de experiencias pasadas.

### **3.3.3. PLANIFICACIÓN DEL VIAJE Y PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES**

Nichos y Snepenger (1988) concluyeron que las familias que llevan a cabo la toma de decisiones conjunta tienden a planear sus vacaciones con mayor antelación, utilizan más fuentes de información, consultan más a amigos y parientes, y participan en más actividades de ocio que las familias en las que las decisiones son marido-dominantes o esposa-dominantes.

### **3.4. VARIABLES PSICOGRÁFICAS**

Otro grupo de estudios se han ocupado de relacionar variables psicográficas con los roles ejercidos por la pareja cuando deciden sus vacaciones, aunque aún son escasas las investigaciones al respecto. Entre ellas se encuentran:

- Valores y actitud hacia los roles de género (Barlés *et al.*, 2013a; Bonfield, 1978; Ford *et al.*, 1995; Green y Cunningham, 1975).
- Cohesión familiar (Ndubisi, 2005; 2007).
- Estilos de vida (Barlés *et al.*, 2013a)

#### **3.4.1. VALORES Y ACTITUD HACIA LOS ROLES DE GÉNERO**

Existen diferencias en el proceso de TDVF de las parejas según sea su ideología respecto a los roles de género (Madrigal *et al.*, 1992). Barlés *et al.* (2013a) establecieron que las mujeres con un perfil tradicional y conservador tienen menos probabilidad que los hombres de tener una gran influencia en la búsqueda de información, y aquellas con intereses y opiniones profesionales tienen más probabilidad que sus esposos de influir en las actividades de sus vacaciones. Sugirieron que este resultado puede indicar o bien la especialización en el rol de compra en estas decisiones, o un incremento del poder de la mujer para el caso de aquellas que tienen éxito profesional.

En el mismo sentido, se encuentra la investigación de Samsinar *et al.* (2014) ya que, aunque afirmaron que la toma de decisiones de las vacaciones es conjunta, independientemente de que se trate de familias con marcados roles de género, las mujeres con una orientación moderna ejercen relativamente más influencia. Llegaron, asimismo, a la conclusión de que estas últimas también son las que tienen un mayor nivel educativo.



En general, las familias modernas toman menos decisiones vacacionales marido-dominantes (Ford *et al.*, 1995; Green y Cunningham, 1975; Qualls, 1982) y más decisiones conjuntas que las familias tradicionales (Barlés *et al.*, 2013a; Burns y Hopper, 1986; Ndubisi y Koo, 2005; Xia *et al.*, 2006).

Sin embargo, todavía existe un vacío de investigaciones que relacionan la existencia de roles de género y la toma de decisiones entre los miembros de la pareja (Ndubisi y Koo, 2005).

### **3.4.2. COHESIÓN FAMILIAR**

Ndubisi y Koo (2005) definieron la cohesión como el grado de armonía en una familia, el grado de interés entre ellos y las dinámicas de coalición. Afirmaron que la cohesión incluye el grado de lazos emocionales entre los miembros de la familia.

En general, un alto grado de cohesión fomenta la toma de decisiones conjuntas sobre las vacaciones por parte de los miembros de la pareja (Ndubisi, 2005; Ndubisi y Koo, 2005; Ndubisi, 2007). Estos resultados se ven corroborados por el modelo propuesto por Kirchner (1989), que estableció que un alto grado de cohesión está asociado con una vida familiar más armoniosa y una toma de decisiones menos egoísta por los miembros de la familia.

### **3.4.3. ESTILOS DE VIDA**

Únicamente el estudio de Barlés *et al.* (2013a) se ha dedicado a relacionar el estilo de vida con los roles ejercidos por la pareja en las decisiones turísticas. Clasificaron a las mujeres, además de por su perfil tradicional *versus* profesional, por sus preferencias en cuanto a diversas actividades. Según este último aspecto, básicamente distinguieron entre aquellas mujeres interesadas en actividades artísticas, científicas,

culturales o de actualidad, relacionándolas con la influencia ejercida en una serie de sub-decisiones ligadas a las vacaciones.

### **3.5. CONCLUSIONES GENERALES SEGÚN LAS VARIABLES CONSIDERADAS**

En resumen, según el recorrido hecho en función de las diferentes variables, se puede observar que no se ha encontrado un patrón de pareja que cumpla determinados requisitos para explicar de forma ampliamente consensuada la estructura de las decisiones vacacionales. Sin embargo, esto se ha debido en gran medida a la heterogeneidad de variables incluidas en los estudios y a su forma de categorizarlas, más que a la falta de acuerdo sobre el efecto de cada una de ellas. Por ejemplo, en el caso del nivel educativo, unos autores han utilizado solo el nivel de estudios de la mujer, otros el del hombre y otros la diferencia de nivel de estudios entre ellos. Tampoco se han considerado otras variables que podrían ser relevantes, como la comunicación familiar, la composición del grupo de viaje, determinadas diferencias culturales como la raza o la religión o, incluso, el riesgo con el destino escogido. La inclusión de estas variables en las investigaciones podría contribuir a explicar la estructura de la decisión de las vacaciones familiares.

## **4. CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA INFLUENCIA ENTRE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA**

Un paso más en esta línea de investigación se llevó a cabo cuando Davis (1970) observó los problemas metodológicos concernientes a la fiabilidad y validez de los datos cuando estos se obtienen de un solo esposo, poniendo en entredicho estudios anteriores que soportaban la idea de que basta con obtener las respuestas de uno solo de los cónyuges dado que ambos están suficientemente de acuerdo. A pesar de este cuestionamiento, los investigadores del turismo, con frecuencia, han considerado a la pareja como una unidad de toma de decisiones sin fisuras, en las que se recoge únicamente

la respuesta de un esposo, generalmente la mujer (Barlés *et al.*, 2010; Green y Cunningham, 1976; Green *et al.*, 1983; Kerstetter y Pennington-Gray, 1999; Zalatan, 1998).

Aquellos estudios que sí recogían ambas respuestas se encontraron con la problemática de que, al compararlas, no siempre existía concordancia, o también denominada consenso diádico, por lo que esta reflexión sobre la metodología de estudio, con el paso del tiempo, se ha transformado en tema de estudio propio. Heer (1963) definió el consenso diádico de los esposos como el grado de acuerdo o desacuerdo sobre la influencia relativa entre los miembros de la pareja, basándose en la percepción que tienen ambos. A raíz del trabajo de Heer, la investigación del grado de consenso ha recibido una mayor atención por parte de los investigadores del comportamiento del consumidor, aunque su efecto para el caso concreto de las vacaciones familiares ha sido menor (Kang y Hsu, 2005).

Dentro de la investigación del consenso diádico se han utilizado dos enfoques: agregado y por parejas. A un nivel agregado, el consenso de los esposos se compara tomando los totales de la muestra estudiada para cada género, en tanto que el consenso por parejas compara el grado de acuerdo entre los dos miembros que la componen (Kang y Hsu, 2005).

Davis y Rigaux (1974), al comparar las respuestas de los dos cónyuges, distinguieron, dentro del "no-consenso", entre el "efecto modestia" y el "efecto vanidad". El "efecto modestia" ocurre cuando en una decisión alguno o ambos esposos sobrestiman la influencia del otro o subestiman la suya propia, y el "efecto vanidad" cuando uno de ellos o los dos sobrestiman su propia influencia en una decisión o subestiman la del otro. Burns (1977) propuso una clasificación más completa de nueve categorías, en las que se detallan todos los casos posibles de forma pormenorizada (tabla 2.4 y figura 2.3).

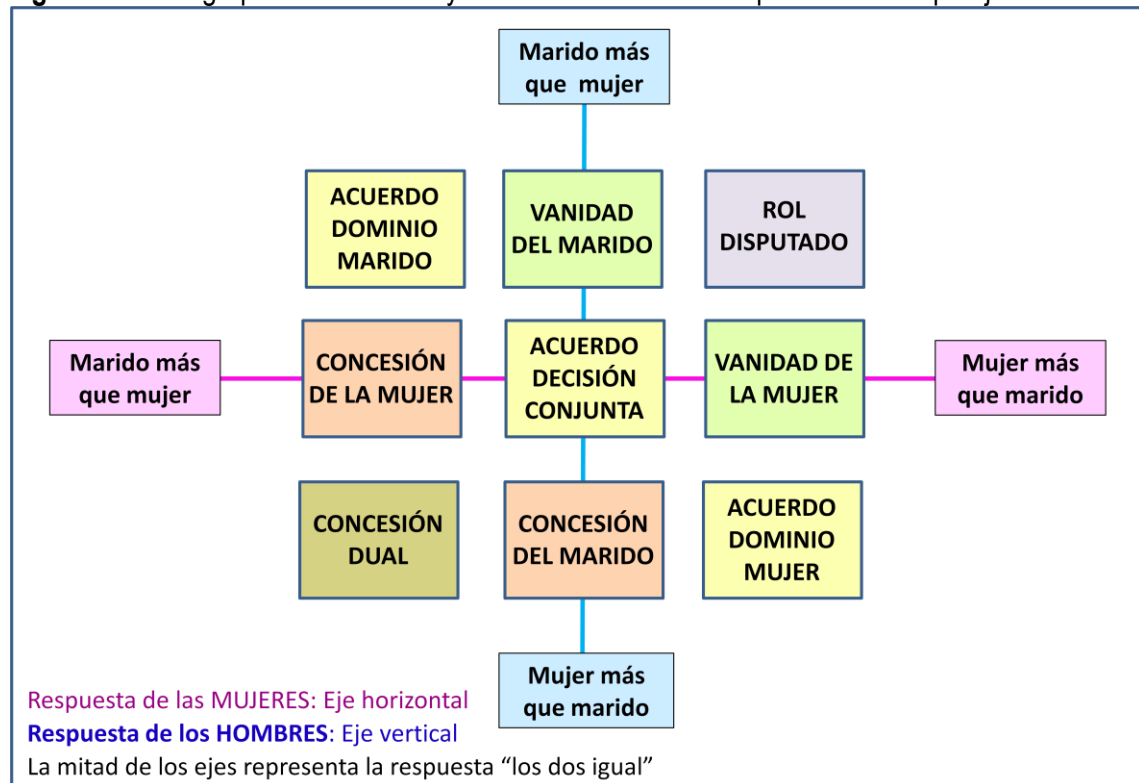
**Tabla 2.4.** Sub-grupos de consenso y "no-consenso" de las respuestas de las parejas

Respuesta de los maridos	Respuesta de las esposas		
	MD	C	ED
MD	Acuerdo dominio marido	Vanidad del marido	Rol disputado
C	Concesión de la mujer	Acuerdo decisión conjunta	Vanidad de la mujer
ED	Concesión dual	Concesión del marido	Acuerdo dominio mujer

MD: Marido-dominante; ED: Esposa-dominante; C: Conjunta

Fuente: Burns (1977)

**Figura 2.3.** Sub-grupos de consenso y "no-consenso" de las respuestas de las parejas



Fuente: Burns (1977)

Según la clasificación de Burns (1977), existen tres categorías de consenso (marido-dominante, esposa-dominante y decisión conjunta) y seis categorías de "no-consenso". Un "rol concedido" ocurre cuando uno de los esposos cree que la decisión es conjunta, pero el otro cree que el primero fue dominante, es decir, la concesión del esposo se hace subestimando su propio rol. El esposo que concede puede ser el hombre o la mujer y, por consiguiente, a su vez puede ser "concesión del hombre" o "concesión de la mujer", respectivamente. De forma similar, existen otras dos celdas de "vanidad de rol". Aquí de nuevo un esposo cree que la decisión es conjunta, pero el otro cree



que es el dominante, esto es, este último sobrestima su propio rol. Por otra parte, en un "rol disputado" ambos sobrestiman sus propios roles, y en una "concesión dual" ambos los subestiman comparándolos con los que le ha otorgado su cónyuge. Sorprendentemente, esta categorización ha sido raramente utilizada por otros autores, a pesar de su simplicidad (White y Johnson, 2001). Los investigadores, en muchas ocasiones, se han limitado a clasificar los casos en los que no ha existido consenso en función del grado de sus discrepancias, restando a la puntuación de la influencia que un miembro se otorga a sí mismo, la que le otorga su pareja (Bronner y de Hoog, 2008; Douglas y Wind, 1978).

En cuanto a las conclusiones alcanzadas al respecto, cabe destacar que la mayoría de estudios han encontrado pocas diferencias entre la percepción de los maridos y las mujeres a un nivel agregado (White y Johnson, 2001). Mohan (1995), en una extensa revisión de la literatura, concluyó que a ese nivel agregado, todos los estudios incluidos en su trabajo aceptaron la existencia de consenso de roles entre ambos esposos. Es decir, a nivel agregado, maridos y mujeres estuvieron de acuerdo en la influencia relativa. Sin embargo, advirtió que otros estudios, a un nivel individual más que a un nivel agregado, obtuvieron resultados diferentes en los que el "no-consenso" fue más común. Afirmó que en el nivel agregado el análisis puede enmascarar los resultados que se producen a nivel individual entre las parejas y estableció que para entender el consenso entre ellas, los análisis deben hacerse comparando las respuestas de hombres y mujeres dentro de la pareja, con el objeto de identificar los desacuerdos que puedan existir.

A nivel agregado, cuando se han estudiado las decisiones de compra de bienes y servicios en general, sin considerar de forma exclusiva las vacaciones, se ha encontrado que el consenso es alto entre los hombres y las mujeres (Burns, 1977; Davis y Rigaux, 1974; Granbois y Willet, 1970; Kancheva y Marinov, 2014). Pero cuando se comparan las percepciones entre los



miembros de la pareja, el nivel de consenso ha sido menor (Burns y Hopper, 1996; Madrigal y Miller, 1996).

Davis (1970) estimó los desacuerdos en la percepción de la influencia en la compra de muebles y de automóviles en un rango comprendido entre un 25% y un 50% de las parejas. Davis y Rigaux (1974) estimaron que entre el 10% y el 50% de las parejas de la muestra mostraban un alto nivel de desacuerdo en la influencia ejercida en la compra de varios productos de consumo y servicios. Burns (1977) y Musinger *et al.* (1975) también encontraron que aproximadamente un tercio de ellas estaban en desacuerdo sobre la percepción de la influencia en la compra de varios productos para el hogar cuando fueron analizados como parejas.

En las investigaciones dedicadas exclusivamente al estudio de los roles de la pareja cuando deciden las vacaciones familiares, las conclusiones generales no difieren de las encontradas para otros productos en general, siendo, no obstante, relativamente más altos los porcentajes de parejas que coinciden en sus percepciones, oscilando entre el 70% y el 80% (Dellaert, Prodigality y Louviere, 1998; Douglas y Wind, 1978; Filiatrault y Ritchie, 1980; Martínez y Polo, 1999a; 1999b; Lee y Marshall, 2015; Litvin *et al.*, 2004; Xia *et al.*, 2006). Sin embargo, existen algunas excepciones, como la descrita por Barlés *et al.* (2013a), que hallaron un consenso moderado, en torno a un 60% de las parejas, y Bronner y de Hoog (2008) que evidenciaron la existencia de pequeños desacuerdos en más de la mitad de las parejas, y desacuerdos medios en un 25% de los casos.

En cuanto al sentido del "no consenso", tanto en las investigaciones de bienes y servicios en general como en las turísticas en particular, los estudios han sido inconclusos, encontrando sesgos de modestia (Bonfield, 1978; Burns, 1977), de vanidad (Filiatrault y Ritchie, 1980; Kozak y Karadag, 2012) o de ambos (Davis y Rigaux, 1974; Granbois y Willet, 1970).

Las causas reales para el "no consenso" y las condiciones bajo las cuales ocurre son difíciles de determinar (Belch *et al.*, 1985; Davis y Rigaux, 1974). Los trabajos empíricos que consiguen identificar algunas de las variables que subyacen en la existencia de discrepancias son escasos. Así, una serie de estudios ha relacionado la teoría de los recursos con la tendencia a sobrestimar o subestimar la propia influencia (Heer, 1963; Burns y Hooper, 1986; Granbois y Willet, 1970). En concreto, Burns y Hooper (1986) argumentaron que, aunque la teoría de los recursos asume implícitamente que ambos miembros de la pareja perciben las aportaciones que se realizan de la misma forma, la valoración que cada uno de ellos hace de dichas aportaciones puede estar detrás de la sobrestimación o subestimación de la influencia percibida. Se han estudiado, además, otras variables como el tiempo de convivencia, la edad, el estatus social o la relación entre los esposos, sin poder obtener conclusiones ampliamente consensuadas al respecto (Granbois y Willet, 1970; Monroe *et al.*, 1985). White y Johnson, en 2001, propusieron la realización de más estudios para identificar las causas de desacuerdo y una mejor interpretación de los resultados.

Una de las razones que explican la escasez de estudios sobre el desacuerdo diádico, tanto para los bienes y servicios en general como para las vacaciones en particular, es la mayor dificultad que presenta la necesaria recopilación de dos respuestas por hogar, la del hombre y la de la mujer. Asimismo, es necesario asegurarse de que ambos contestan por separado. Así, si se quiere controlar el proceso, el coste del estudio se ve incrementado en tiempo y, si se financia el estudio, en dinero, recurriendo, por ejemplo, a una entrevista personal. Si, por el contrario, se les provee de un cuestionario auto-administrado, no existe garantía de que se haya realizado de forma absolutamente independiente entre ellos (White y Jonson, 2001).

A pesar de no encontrar variables concretas que permitan identificar las causas de desacuerdo en la percepción de la influencia entre la pareja, los investigadores han ofrecido una serie de explicaciones teóricas. Douglas y

Wind (1978) establecieron tres causas por las que podían existir estas discrepancias: en primer lugar, porque son el resultado de una pregunta ambigua sobre el área de autoridad; en segundo lugar, porque es difícil recordar una decisión hecha en el pasado; y, por último, porque no son conscientes de quién es realmente la persona responsable de la decisión.

Safilios-Rothschild (1969), por su parte, argumentó que las respuestas de los esposos tienden a reflejar normas culturales prevalentes y valores acerca del comportamiento ideal de las familias, lo cual puede afectar más a un esposo que a otro, distorsionando su percepción. En esta línea, Heer (1963) argumentó que en los estudios sobre la diferencia de roles entre las parejas, la evaluación que realiza el hombre es más adecuada que la de la mujer, ya que las esposas se sienten culpables cuando tienen más influencia que sus maridos, mientras que ellos no experimentan tal sentimiento bajo las mismas condiciones y no se sienten inhibidos para mostrar su mayor influencia.

Como posibles soluciones a estos sesgos se ha recomendado que las preguntas sean más específicas (Davis y Rigaux, 1974; Douglas y Wind, 1978; Lee y Marshall, 2015). Se ha sugerido, además, utilizar técnicas de observación, por ejemplo, en la propia agencia de viajes, para evitar las dificultades que presenta el instrumento de la encuesta (Granbois y Willet, 1970). Por otro lado, se ha propuesto realizar varios estudios en los que se comparen los resultados de ambas muestras, ya que, aunque no se subsane el error, se ponen de manifiesto las diferencias de percepciones. Esto haría posible, por un lado, que no se tenga que confiar en la respuesta de uno solo de los cónyuges, y por otro, la identificación ampliamente soportada de aquellos aspectos que suscitan un mayor nivel de incongruencias y, por tanto, la posterior investigación de sus causas (Scanzoni, 1965).

El concepto de consenso diádico en la literatura de turismo no se ha restringido al estudio de la concordancia entre las percepciones de la influencia ejercida por los miembros de la pareja en la compra de las vacaciones familiares, sino que se ha extendido a otros ámbitos, tales como la coincidencia



en la percepción de la aparición de conflicto y de la táctica de resolución utilizada, aunque en menor medida (Bronner y de Hoog, 2008; Kang y Hsu, 2005).

## **5. CONFLICTO Y SUS TÁCTICAS DE RESOLUCIÓN EN LAS DECISIONES VACACIONALES DE LA PAREJA**

Los estudios sobre la toma de decisiones se han centrado principalmente en la estructura de la toma de decisiones en la familia, estableciendo las bases para la diferenciación del rol, normalmente limitando la investigación a la implicación del marido y de la esposa. Es decir, han tenido su foco en los resultados de la toma de decisiones familiar más que en considerar el proceso que lleva a ese resultado. Los investigadores se han dado cuenta de ello y han comenzado recientemente una serie de estudios con el objetivo de explicar cómo se toman las decisiones de compra familiares, más que, simplemente, estudiar quién está implicado (Belch, Belch y Sciglimpaglia, 1980; Bronner y de Hoog, 2008; Davis, 1976; Frikha, 2010).

El conflicto consiste en la percepción de divergencias de interés, es decir, la creencia de que si una parte consigue lo que quiere, la otra no será capaz de hacerlo (Kattak y Raza, 2013). Incluso aunque la aparición de conflictos serios en la toma de decisiones familiares es poco probable, es muy posible la existencia de cierto nivel de desacuerdo, porque tomar una decisión conjunta requiere la consideración de las preferencias de varios miembros de la familia. Por tanto, se considera importante incluir la resolución de conflictos, también llamadas tácticas de influencia, en los modelos de toma de decisión de compra familiar (Kang y Hsu, 2005).

El conflicto se ha estudiado en la literatura desde diferentes puntos de vista, pudiendo clasificarlos en: tipos de conflictos, intensidad del conflicto, tipologías de estrategias de resolución, estrategias de resolución más frecuentes, diferencias en la percepción del conflicto, variables explicativas del conflicto y relación del conflicto con la satisfacción.

## **5.1. TIPOS DE CONFLICTOS**

Sheth (1974) señaló que los conflictos en las decisiones de compra familiares se deben básicamente a tres causas: la primera de ellas hace referencia a diferencias en los objetivos o en la percepción de las alternativas, siendo estos los más difíciles de resolver; en segundo lugar, encontró que, con menor intensidad, se dan los conflictos sobre la elección del producto; finalmente, se encuentran los conflictos relacionados con los respectivos roles de los miembros de la familia.

De forma similar, Kirchler (1995) distinguió entre tres tipos de conflictos: de valor, de preferencia y de distribución. Los conflictos de valor surgen cuando los miembros de la unidad de toma de decisiones muestran diferencias fundamentales en los fines perseguidos, debido, a su vez, a diferencias en los rasgos de personalidad, a la implicación con el producto o a los valores de cada miembro del grupo. Son los que surgirían, por ejemplo, cuando un miembro busca pasar unas vacaciones en la playa y otro desea que sean culturales. Los conflictos de preferencia significan que los miembros comparten los mismos motivos e implicación con la decisión, pero tienen diferentes evaluaciones sobre los atributos y las alternativas de elección. Siguiendo con el ejemplo anterior, serían los que aparecen cuando, aunque todos los miembros deseen unas vacaciones en la playa, no se ponen de acuerdo con el destino en concreto. Finalmente, los de distribución son los que resultan al percibir de forma no equilibrada el reparto de los costes y los beneficios de una determinada decisión entre los miembros de la unidad de toma de decisiones. Sería el caso en el que uno de los miembros de la familia está en la creencia de que ha conseguido unos beneficios menores con la opción escogida porque aunque para él no fuese su primera opción, para otro de los miembros sí lo era.

## **5.2. INTENSIDAD DEL CONFLICTO**

Belch *et al.* (1980) concluyeron que, en general, existe poco conflicto entre los miembros de la familia durante el proceso de decisión, aunque

encontraron diferencias según el tipo de producto, siendo mayor el desacuerdo percibido para la compra de los automóviles y las vacaciones. Esto lo explicaron aduciendo que son dos categorías de productos donde es muy probable que todos los miembros de la familia adopten un rol activo debido a su participación en el consumo del producto. Encontraron también variaciones en la intensidad de conflicto percibido según las áreas de decisión específicas, siendo menor para decisiones tales como dónde y cuándo comprar, y relativamente mayor al decidir cuánto gastar. Sus resultados contrastan con otros estudios que describieron bastante nivel de conflicto en la toma de decisiones de las compras familiares para productos en general (Davis y Rigaux, 1974; Spiro, 1983).

En la revisión de la literatura se comprueba que, aunque los investigadores se han dedicado en cierta forma al estudio del nivel de conflicto entre las familias y las tácticas de resolución utilizadas para la compra de diversos artículos, incluyendo algunos de ellos las vacaciones (Barlés *et al.*, 2006; Belch *et al.*, 1980; Martínez y Polo, 1999a; Sheth y Cosmas, 1975), no es hasta mitad del 2000, con los estudios de Kang y Hsu (2004, 2005), cuando se consideran las vacaciones un producto específico objeto de investigación. Estos autores argumentaron su especificidad basándose en el hecho de que las decisiones relacionadas con los viajes implican una multitud de subdecisiones que se toman antes y durante el viaje y que pueden dar lugar a diferentes estrategias de resolución de conflictos relacionadas entre ellas. Kang y Hsu (2004) concluyeron que, en general, el nivel de conflicto de los esposos es moderado cuando están decidiendo el destino de sus vacaciones. Nanda *et al.* (2007) tampoco consideraron la existencia de conflictos serios cuando se planifican las vacaciones familiares.

### **5.3. TIPOLOGÍAS DE ESTRATEGIAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

Son varias las estrategias o tácticas de resolución de conflictos que han sido subrayadas en la literatura para compras de productos en general. Entre

las más citadas se encuentra la que propuso Sheth (1974), quien estableció cuatro tipos de estrategias de resolución cuando aparecen los conflictos entre los miembros de las familias, fundamentalmente entre la pareja:

- **Resolución de problemas**, que puede llevar a una mayor búsqueda de información para reevaluar las alternativas o a depender de fuentes “creíbles” personales de fuera de la familia.
- **Persuasión**, que conlleva la interacción entre los miembros de la familia para resolver los conflictos, sin recoger más información.
- **Negociación**, en la que los miembros de la pareja evocan al concepto de justicia distributiva o equidad entre ellos, cediendo en unos aspectos para conseguir otros.
- **Políticas**, que pueden llevar a la formación de coaliciones y subgrupos con el objetivo de asolar al miembro de la familia que está en desacuerdo y forzarle a unirse a la mayoría.

Otra tipología de tácticas de influencia en la toma de decisiones del hogar es la de Sheth y Cosmas (1975), que distinguen entre:

- **Ejercicio de la autoridad.**
- **Promesa de consideración futura** para el que cede a las preferencias del otro.
- **Recogida de más información** acerca de las alternativas.
- **Formación de coaliciones** entre los miembros de la familia.
- **Discusión familiar**, en la que se exponen las razones.
- **Delegación en la persona con más conocimiento** del producto.
- **Postergación de la decisión** para otro momento, al no ser posible alcanzar un acuerdo a corto plazo.

Basándose en la tipología que establecieron Sheth (1974) y Sheth y Cosmas (1975), Belch *et al.* (1980) señalaron que las tácticas de influencia se podían clasificar en tres grandes grupos:

- **Estrategias de resolución de conflictos**, que incluyen:
  - Recogida de más información antes de tomar la decisión.
  - Discusión familiar de la decisión.
  - Delegación en la persona con más conocimientos.
- **Estrategias de negociación** formadas por:
  - Realización de promesas de consideración en el futuro a un miembro de la familia para que acepte su elección.
  - Postergación de la decisión para otro momento.
- **Estrategias de persuasión** compuestas por
  - Formación de una coalición entre dos o más miembros de la familia para convencer a un individuo de la aceptación de una opción.
  - Ejercicio de la autoridad por parte de un miembro de la familia.

Davis (1976), por su parte, investigó dos tipos de estrategias de resolución:

- **Grupo de estrategias consensuales**, que recoge las estrategias basadas, primordialmente, en el razonamiento y en la búsqueda de información.
- **Grupo de estrategias acomodativas**, que recurren a la persuasión y a la negociación.

Por otro lado, Spiro (1983) estableció la existencia de seis estrategias de influencia:

- **Poder experto**, que se refleja por la enumeración por parte de uno de los esposos de información concerniente a varias alternativas.
- **Poder legítimo**, que se basa en la creencia compartida de que él o ella debería tomar la decisión porque es el marido o la esposa.
- **Negociación**, que implica intentos por parte de un miembro de la pareja para volver la decisión conjunta en una autónoma como la devolución de un favor concedido por el otro previamente.
- **Recompensa**, que se basa en la habilidad de un individuo para recompensar al otro.
- **Referente**, basada en el deseo de los esposos de ser el marido o la mujer "ideal", actuando como estiman que se deberían comportar según sus modelos a seguir.
- **Influencia emocional**, constituida por técnicas que implican desplegar reacciones cargadas de emociones, como el enfado.
- **Influencia basada en la gestión de la impresión**, que comprende los intentos premeditados persuasivos de uno de los esposos con el objetivo de convencer al otro, pero atribuyéndolo a presiones externas, por ejemplo, afirmando que su marca preferida estaba "fuera de stocks" cuando en realidad no era así.

Las tácticas de influencia también han sido expuestas por Kirchler (1999) que las dividió en cuatro tipos:

- **Persuasión**
- **Negociación**

- **Argumentación razonada**
- **Evitación de conflictos**, que incluyen el hecho de tomar una decisión autónomamente, sin consultar al compañero, porque se considera acorde con los roles establecidos en la familia.

A pesar de la gran variedad de tipologías propuestas, muchas de las investigaciones de referencia responden a observaciones personales y al reflejo de los autores (Davis, 1976; Kirchler, 1999; Sheth 1974) más que a teorías empíricamente probadas.

#### **5.4. ESTRATEGIAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS MÁS FRECUENTES**

Para los productos de compra familiar en general, las conclusiones en cuanto a las técnicas más utilizadas se encuentran bastante difusas debido, en gran parte, al gran número de tipologías descritas. Sheth y Cosmas (1975) afirmaron que la persuasión era utilizada de forma más frecuente que la resolución de problemas en las compras de los bienes duraderos de los hogares. Por otro lado, Davis (1976) identificó la persuasión y la negociación como las dos estrategias específicas utilizadas para resolver los conflictos dentro de la familia. Debido a la naturaleza de relación con vocación de permanencia entre los esposos, muchos estudios declararon como táctica utilizada frecuentemente la del compromiso, según el cual un esposo se adhiere a las preferencias del otro incondicionalmente, por el bien de su relación, o bien esperando futuras consideraciones (Davis, 1976; Qualls, 1982).

Para Kirchler (1993) las tácticas que más se utilizan son las de negociación, de razonamiento, de búsqueda de información y de coaliciones indirectas. Por el contrario, los castigos, la indefensión, las compras autónomas, las emociones negativas y decidir o ceder de acuerdo con los roles son escasamente utilizadas.

En definitiva, para los bienes de compra familiar en general, Spiro (1983) indicó que las parejas utilizan mezclas diferentes de estrategias de influencia dependiendo del producto, del aspecto en concreto de la decisión y de los miembros de la familia implicados.

En el caso específico de las vacaciones, el grupo de estrategias de resolución de problemas (integradas por estrategias de búsqueda de información, de discusión familiar y de delegación en el miembro de la familia con más conocimientos) son utilizadas frecuentemente por las parejas (Belch *et al.*, 1980; Kang y Hsu, 2004; 2005; Kozak, 2010). Bokek-Cohen (2008) propuso además la "triangulación" como una estrategia de coalición frecuente en la que una tercera persona, normalmente un hijo, se alía con una de las partes para convencer a la otra sobre las decisiones vacacionales. Por su parte, Bronner y de Hoog (2008) establecieron que la estrategia de resolución más utilizada en las decisiones sobre las vacaciones es la que presentaron como la estrategia del "término medio" en la que los individuos ceden en una parte para conseguir otra y adoptar así un compromiso común.

En general, tanto en los conflictos referentes a las vacaciones como a los demás productos, las tácticas con connotaciones negativas, como el ejercicio de la autoridad, aparecen con muy poca frecuencia debido en gran medida a la tendencia de los encuestados a mostrar conductas socialmente deseables cuando se les pregunta sobre cuestiones relacionadas con el comportamiento familiar (Belch *et al.*, 1980; Kang y Hsu, 2005).

Aunque estrictamente no se trate de una estrategia de resolución de conflictos en sí misma, ligado a ellas surge el concepto de desconfirmación, que se define como el cambio de preferencias individuales ocurrido durante el proceso de decisión (Lehto *et al.*, 2009). Bohlmann y Qualls (2001) fueron los primeros que abordaron el papel de la desconfirmación en el proceso de TDVF y su impacto en las preferencias individuales. Estos autores identificaron dos tipos de desconfirmación: informacional, que es la que se produce como



consecuencia de la revelación de una nueva información que aparece en la discusión familiar (por ejemplo, cambiar de destino elegido al surgir en la discusión la información de que la previsión del tiempo climático no es favorable); y de preferencia, que ocurre cuando se esperaba que las preferencias de otro miembro del grupo fueran diferentes a las que se han revelado en la discusión (por ejemplo, creer que la esposa quiere viajar al mismo destino de todos los años y enterarse el marido durante la discusión familiar que esto no es así).

A pesar del escaso interés que ha suscitado entre los investigadores del turismo, la desconfirmación, en sus dos variantes, así como lo influenciabile que sean los individuos implicados en la decisión, pueden explicar resultados sorprendentes en la toma de decisiones no solo familiar, sino de un grupo en general. Esto deja entrever la necesidad de incluir este concepto para explicar el proceso de toma de decisiones grupal en general y el familiar en particular (Bohlmann y Qualls, 2001).

## **5.5. DIFERENCIAS DE PERCEPCIÓN RESPECTO AL CONFLICTO**

Para identificar la aparición de conflicto en la pareja, así como las tácticas de influencia empleadas, los investigadores se han servido frecuentemente de la percepción que cada uno de los miembros tiene al respecto. Spiro (1983) puso de manifiesto que cuando se le preguntaba al matrimonio por las estrategias de influencia, las respuestas de la esposa no siempre coincidían con las del marido. Belch *et al.* (1980) hallaron que las áreas que mostraron más diferencias de percepción en la aparición del conflicto fueron las relativas a cuánto dinero gastar, dónde ir y cuánto tiempo pasar de vacaciones. Sin embargo, en general, Belch *et al.* (1980) concluyeron que los miembros de la familia generalmente están de acuerdo en que la regla es que existen bajos niveles de conflicto y que no hay muchas diferencias en la percepción de los modos de resolución empleados.

Kang y Hsu (2005), al comparar las percepciones de la frecuencia de uso de las estrategias de influencia utilizadas entre géneros, tanto a nivel agregado como por parejas, no encontraron diferencias significativas. Los autores sugirieron que ambos esposos pueden haber recordado las estrategias utilizadas en el proceso de selección del destino de forma adecuada, por su relevancia para ellos.

Bronner y de Hoog (2008), en una original investigación, estudiaron la relación entre la existencia de consenso (que ellos llamaron "desequilibrio asimétrico") en la percepción de la influencia ejercida en la TDVF y la satisfacción con el resultado. También analizaron la relación entre la satisfacción y el consenso en la percepción de la estrategia de resolución de conflictos utilizada. Concluyeron que las diferencias de percepción están asociadas con una menor satisfacción con el proceso de elección, con un mayor grado de discusión y con una mayor búsqueda de información sobre las vacaciones. Es decir, determinaron que un proceso de elección complicado, por un lado, dificulta que la pareja perciba correctamente quién fue el miembro que ejerció más influencia y cómo se resolvió finalmente el conflicto surgido y, por otro lado, hace que la satisfacción con el resultado disminuya.

## **5.6. VARIABLES EXPLICATIVAS DEL CONFLICTO**

Para analizar las variables explicativas del conflicto es necesario recurrir a las investigaciones realizadas para la compra de los productos familiares en general, dada la escasez de estudios que consideran estos aspectos en el área de las vacaciones familiares.

En tanto que el conflicto es inevitable en todos los matrimonios, la frecuencia, la intensidad de la discordia y sus métodos de resolución varían según las parejas (Camisasca, Miragoli y Di Blasio; en prensa). La mezcla de estrategias de resolución de conflictos utilizadas por ellas dependen de varios factores, entre los que destacan: el género, la edad, el ciclo de vida, el tiempo de convivencia, los recursos de los que dispone cada miembro, la orientación

de los roles de género, el tipo de conflicto, la satisfacción con el matrimonio y las estructuras de poder en la pareja (Barlés *et al.*, 2013b). Otras variables como la cultura han empezado a utilizarse más recientemente (Makgosa, 2007; Makgosa y Kang, 2009).

Kirchler (1990) señaló que el tipo de conflicto y el género son las dos variables fundamentales para explicar la elección de las tácticas de influencia, siendo, de hecho, esta última la única que ha recibido una importante atención empírica. En este sentido, Spiro (1983) encontró más mujeres que hombres entre el grupo de influenciadores emocionales.

Varios estudios establecen que las parejas jóvenes utilizan tácticas de influencia de forma más frecuente que las más mayores, ya que estas últimas actúan autónomamente o ceden ante el otro compañero, que decide de acuerdo con el rol establecido con el paso del tiempo (Dong y Li, 2007; Kirchler, 1993). De hecho, Spiro (1983) encontró más parejas mayores con hijos casi adultos en el grupo de bajos influenciadores que en otros grupos.

En cuanto a los recursos, se ha argumentado que las familias en las que el porcentaje de ingresos con los que contribuye la esposa son más altos mostraron los mayores intentos de influencia entre sus miembros (Kang y Hsu, 2005, Spiro, 1983). Esto es consistente con la teoría de los recursos de Blood y Wolfe (1960), ya que la esposa estaría más inclinada a ejercer su influencia cuando los recursos con los que ella contribuye son mayores. Por el contrario, Su *et al.* (2008) establecieron que la influencia que un esposo tiene en una decisión de compra no está necesariamente en función de su poder, sino que es el resultado de la interacción del comportamiento de los esposos o de la reciprocidad que vayan mostrando. Establecen que, por ello, la resolución de los conflictos familiares tiene en cuenta este hecho y se convierte en un proceso adaptativo en el que los esposos ajustan su comportamiento de compra a lo largo del tiempo, utilizando diferentes tácticas de influencia.

En términos de estatus socio-económico, según Sheth (1978), la clase media-baja y la clase alta tienden a utilizar la persuasión para intentar influir en el otro miembro, en tanto que la clase media y la media-alta utilizan otras técnicas de resolución de conflictos.

En lo que respecta a la actitud hacia los roles de género, según Spiro (1983), es más probable que las parejas más tradicionales en sus estilos de vida utilicen una influencia persuasiva. En cambio, Firkha (2010) estableció que algunos esposos que permanecen esencialmente tradicionales en su estilo de vida tienen claramente definidos los roles masculinos y femeninos y tienden a adoptar un proceso de toma de decisiones menos complejo, en el que cada esposo tiene asignado el privilegio de comprar algunos productos sin que sean necesarias las tácticas de influencia. Sin embargo, una actitud moderna se asimila a una mayor flexibilidad en los roles de los esposos, los cuales llegan a ser menos predecibles. En definitiva, señaló que las parejas más tradicionales tienen una estructura de rol definida, y las más modernas utilizan métodos de negociación debido a la nivelación de roles y al mutuo reconocimiento de las respectivas preferencias de marido y mujer. Por su parte, Dong y Li (2007) encontraron que en las culturas tradicionales de oriente, incluso aquellas mujeres con valores modernos se adaptan gradualmente a las normas culturales, por lo que utilizan menos estrategias de resolución de conflictos activas después de haber estado casadas durante un largo tiempo.

En otro orden de cosas, los resultados de las investigaciones sugieren que los miembros de la pareja parecen ser menos coercitivos cuando tanto su matrimonio como el resultado de sus decisiones son satisfactorias (Kirchler, 1993, 1995; Kozak, 2009; Su *et al.*, 2008). Dong y Li (2007), por su parte, afirmaron que las mujeres con mayor satisfacción marital están más convencidas de que los conflictos deben de ser encarados y no deberían ser evitados, utilizando para ello estrategias de resolución activas.

Kang y Hsu (2004), en uno de los escasos estudios dedicados al conflicto con las decisiones de las vacaciones familiares, introdujeron un nuevo factor

para explicarlo centrándose en el destino: la experiencia. Establecieron que los turistas más experimentados con el destino tienden a llevar a cabo un proceso de toma de decisiones más sencillo y más rápido, por lo que el nivel de conflicto existente no es alto, especialmente en las parejas con más años de matrimonio, en línea con la visión general de la literatura.

En definitiva, se constata que la aparición de conflicto y la elección de una estrategia en particular por cada esposo está sujeta a múltiples factores (Frikha, 2010).

## **5.7. RELACIÓN ENTRE CONFLICTO Y SATISFACCIÓN CON EL RESULTADO**

En sus estudios, Kang y Hsu (2004) afirmaron que la presencia de conflicto entre los miembros de la pareja no hace decrecer necesariamente el nivel de satisfacción. Por el contrario, la forma en la que los resuelvan sí que les afecta. En concreto, señalaron que las familias que utilizan la recogida de la información están más satisfechas con el resultado obtenido, mientras que las que hacen uso del ejercicio de autoridad se encuentran más insatisfechas. En general, la literatura sostiene que los miembros de la pareja que utilizan métodos menos coercitivos están más satisfechos con el resultado de sus decisiones (Kirchler, 1993, 1995; Kozak, 2010; Su *et al.*, 2008).

En el mismo sentido, Kang y Hsu (2005), aunque relacionaron positivamente la utilización de la estrategia de recogida de la información y la de discusión familiar con la satisfacción, solamente lo hicieron en el caso de los maridos, sin obtener ninguna conclusión para las esposas. Sin embargo, ellas se sentían más satisfechas que ellos con el destino escogido, independientemente de la intensidad del conflicto percibido (Kang y Hsu; 2004).

## **6. METODOLOGÍAS UTILIZADAS POR LOS ESTUDIOS**

Para llegar a las conclusiones que se han descrito en el estado de la cuestión expuesto, los estudios han utilizado diferentes metodologías, que se resumen en este apartado.

En primer lugar, es importante destacar que en el estudio del papel de la pareja en la TDVF, una de las mayores dificultades a la que se enfrentan los investigadores es la medición de la influencia ejercida por sus miembros. Madrigal y Miller (1996), en un interesante estudio, se preocuparon de comparar diferentes formas de medir la influencia de la pareja en la elección del destino y del alojamiento en las vacaciones familiares. Establecieron que las respuestas en las que la pareja indicó su grado de influencia y el de su compañero son indicadores útiles de una realidad subjetiva, pero no necesariamente de una realidad objetiva. No obstante, este método de recogida de información en el que se pregunta directamente por el grado de influencia ejercida, tanto propia como del cónyuge, es el más frecuente en los estudios publicados.

Como forma de abordar esta dificultad, Decrop (2000) defendió el uso de enfoques cualitativos para estudiar el comportamiento turístico, con el fin de generar teorías de decisión del consumidor cuando se trata de la difícil tarea de recoger información. Esto permitiría completar y matizar las conclusiones de los diferentes estudios empíricos, dada la complejidad de medir una realidad subjetiva basada en percepciones (Nanda *et al.*, 2007). Sin embargo, es notable la escasa presencia de este tipo de enfoques, salvo algunas excepciones (Buttle, 1994; Decrop, 2005; Gram, 2007; Koc, 2004; Therkelsen, 2010) que han incorporado entrevistas en profundidad y otras técnicas que permiten obtener este tipo de información.

Del mismo modo, también escasean los estudios longitudinales que incluyan varias entrevistas a lo largo del proceso de toma de decisiones, con pocas salvedades (Bohlman y Qualls, 2001; Bronner y de Hoog, 2008; 2011;



Decrop, 2005). Este enfoque permite ir evaluando el papel de la pareja en varias etapas de la planificación del viaje, dado que se trata de decisiones complejas que no se toman en un momento puntual sino que, excepto si se trata de viajes rutinarios, se planifican con suficiente antelación (Wahab *et al.*, 1976). Al tratarse de un proceso largo y complejo es susceptible de estar sujeto a discusión, con lo que el papel de los miembros de la pareja puede variar a lo largo del tiempo, por ejemplo, porque uno ellos consiga información adicional (Bohlmann y Qualls, 2001).

En lo que respecta al ámbito geográfico de las muestras analizadas por los estudios, existe una clara supremacía de los estudios norteamericanos, seguidos de los europeos, olvidando a mercados que en la actualidad están emergiendo y se están convirtiendo en importantes consumidores turísticos como es el caso de los mercados asiáticos (Swarbrooke y Homer, 2007). No obstante, sí que se ha hecho un esfuerzo por parte de los investigadores para realizar comparaciones internacionales (Gram, 2007; Green *et al.*, 1983; Kandel y Lesser, 1972; Stafford *et al.*, 1996b), siendo, igualmente, EEUU el país que más se compara con el resto. Especialmente interesante es el trabajo llevado a cabo por Litvin *et al.* (2004), quienes confrontaron los resultados obtenidos por Jenkins (1978) sobre una muestra de Ohio con muestras tomadas en Singapur y Kansas veinticinco años después.

Si se compara el tipo de parejas que se ha estudiado, se observa que a finales de los años 90 se escogían como muestra a aquellas que, al contrario de lo que sucedía en los períodos anteriores, no necesariamente estaban casadas, sino que simplemente convivían juntas, tenían hijos en común o formaban una sola unidad económica de decisión (Bohlmann y Qualls, 2001; Martínez y Polo, 1999b; Mottiar y Quinn, 2004). Se ha encontrado un único artículo, no obstante, de Webster y Reiss (1999), que se ocupó de estudiar las diferencias en la influencia de la TDVF entre las parejas según estén casadas o simplemente cohabitando.





En cuanto a las técnicas estadísticas utilizadas en las publicaciones, la revisión de la literatura existente indica que los autores se han valido de una variedad de métodos de investigación para estudiar los temas del papel de la pareja en la TDVF. No obstante, son los estadísticos descriptivos de frecuencias, el uso de tablas de contingencia y los análisis simples de la varianza (ANOVA), los más utilizados por los diferentes investigadores. Otras técnicas las componen los análisis multivariantes, como el de la varianza (MANOVA) (Filiatrault y Ritchie, 1980; Kang y Hsu, 2005) o los de regresión (Belch *et al.*, 2005; Bohlman y Qualls, 2001; Bokek-Cohen, 2011; Martensen y Grønholdt, 2008; Ndubisi, 2005; Zalatan, 1998). En concreto, los modelos *logit* también se han utilizado, aunque en mucha menor medida (Barlés *et al.*, 2013a; Beharry-Borg, Hensher y Scarpa, 2009; Chen y Gursoy, 2000). Otro grupo de estudios ha utilizado la técnica de análisis factorial, en muchas ocasiones, para la reducción de componentes como paso previo a otro tipo de análisis estadístico. (Barlés *et al.*, 2010; Dong y Li, 2007; Filiatrault y Ritchie, 1980; Kang y Hsu, 2005).

En menor medida se han utilizado otras técnicas como la que utilizó el autor pionero Davis (1971) que aplicó el método multirasgo-multimétodo (MTMM) para estudiar la influencia de los cónyuges en las decisiones de compra. La ventaja de este método yace en el uso de múltiples encuestados y medidas que reducen el riesgo de confiar en una única respuesta por familia como medida de la influencia de la compra (Nanda *et al.*, 2007). Por su parte, Martínez y Polo (1999b) analizaron los factores que determinan el comportamiento de compra utilizando la técnica del análisis de correspondencia múltiple (ACM) para observar si existe un patrón de compra particular de acuerdo con el género de los esposos en el hogar.

Otras metodologías que tienen el fin de segmentar no han sido muy utilizadas, con la excepción de unos pocos estudios como el de Kang *et al.* (2003), quienes segmentaron a los visitantes del centro de información de viajes según el miembro más influyente en las decisiones sobre las vacaciones.



---

También Barlés *et al.* (2010) realizaron un análisis *cluster* para identificar los perfiles de las mujeres que toman las decisiones de las vacaciones.

## **7. MODELO DESCRIPTIVO DEL COMPORTAMIENTO DE LA FAMILIA EN LA TDVF**

Con el objeto de que sirva como punto de partida para posteriores investigaciones, se propone desde aquí un modelo descriptivo básico del comportamiento de la familia en la TDVF (figura 2.4) basado en lo que la literatura ha comprobado hasta el momento. Según este modelo, la influencia del hombre, de la mujer y de los hijos se deja sentir en la etapa de iniciación, en la de búsqueda de información y en la de decisión final. Aquel miembro que ejerza una mayor influencia será el que lleve a cabo, principalmente, cada una de las fases. Debido a que la búsqueda de información puede tener lugar en cualquier momento, se ha representado de forma que abarque todo el proceso de decisión (Decrop y Snelders, 2004; 2005). La influencia de cada uno de los miembros de la familia dependerá de una serie de variables: demográficas; socio-económicas, de comportamiento de viaje y psicográficas, cuyos efectos habría que demostrar empíricamente.

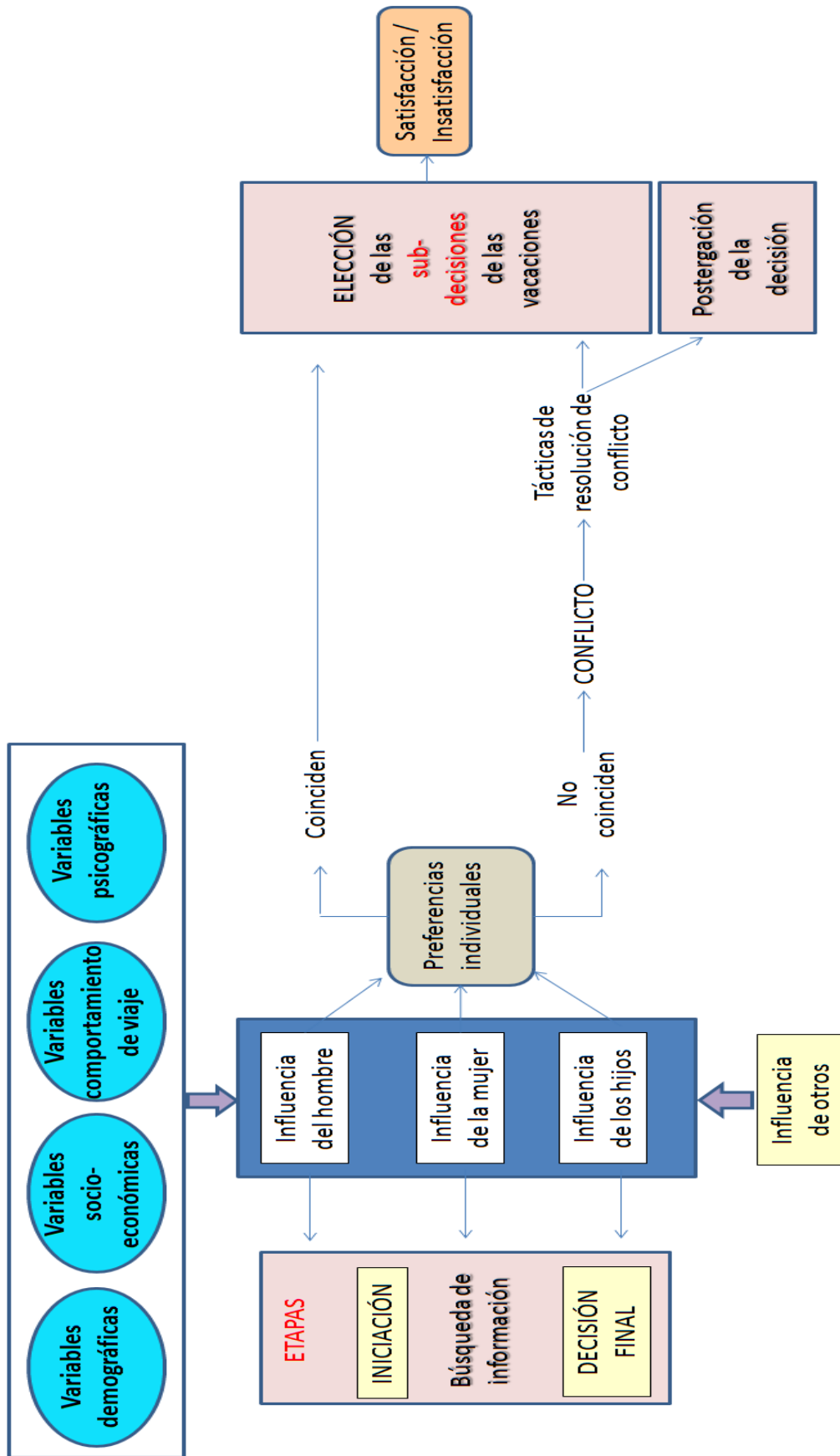
Al estar compuestas las vacaciones por una serie de sub-decisiones, cada uno de los miembros de la familia expondrá sus preferencias individuales acerca de cada una de ellas, afectando a la elección que finalmente se haga, en función de su influencia. Cuando las preferencias individuales coincidan, se adoptará la decisión sin que medie conflicto. Pero si no coinciden, surgirán conflictos que provocarán el uso de tácticas para resolverlos, cuyo resultado puede llevar a decantarse finalmente por alguna de las opciones consideradas o, incluso, a no tomar ninguna decisión, postergándola para un momento posterior. De nuevo, la influencia ejercida por cada uno de los miembros, junto con la táctica de resolución empleada, determinarán las opciones finalmente escogidas.



Por otro lado, el modelo recoge la influencia de terceras personas, ajenas a la familia, que pueden influir tanto en las etapas del proceso, por ejemplo, proponiendo la realización de un viaje vacacional, como en las diferentes sub-decisiones. Es lo que en marketing se conoce como grupos de referencia, a quienes Kotler (2000) define como aquellos grupos que tienen una influencia directa o indirecta sobre las actitudes o conductas de una persona.

Como resultado del proceso, cada una de las decisiones tomadas generarán un cierto grado de satisfacción/insatisfacción con las vacaciones consideradas a un nivel general, que será interesante analizar y relacionar con diferentes variables, dada su importancia para la industria turística por su repercusión en la intención de visitar el destino y/o recomendar los diferentes productos turísticos (destino, alojamiento, restaurantes,...) no solo a familiares y amigos, sino a personas desconocidas a través de las TIC, como los foros en páginas webs de contenido turístico o a través de las redes sociales.

Figura 2.4. Modelo de comportamiento de la familia en la toma de decisiones de las vacaciones



Fuente: Elaboración propia

## **8. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA UTILIZADAS**

El proceso metodológico seguido para acometer la revisión bibliográfica que aquí se ha presentado se puede dividir en cuatro pasos básicos:

- Búsqueda y selección de las fuentes secundarias más apropiadas para la realización del trabajo.
- Búsqueda y selección de los trabajos de investigación más interesantes.
- Lectura y análisis de la información recopilada.
- Clasificación y ordenación de la información.

Las fuentes secundarias a las que se ha acudido han sido fundamentalmente fuentes telemáticas a través de la biblioteca virtual de la Universidad de Málaga mediante la utilización de las siguientes bases de datos:

- ✓ EBSCOhost Electronic Journal Service
- ✓ Emerald
- ✓ Jstor
- ✓ ProQuest
- ✓ SAGE Journals Online
- ✓ ScienceDirect
- ✓ Springer Link
- ✓ Taylor & Francis
- ✓ Wiley Interscience



Dado que el inglés es el idioma de las publicaciones científicas por excelencia, los descriptores o palabras clave utilizados en un primer momento fueron, por un lado, *family decision making* (toma de decisiones familiares) y *family purchase decision making* (toma de decisiones de las compras familiares) combinadas con *vacation* (vacaciones), *holiday* (vacaciones) y *tourism* (turismo). También se buscaron los términos *influence* (influencia), *marital roles* (roles maritales), *couple roles* (roles de la pareja) y *decision* (decisión) combinados con *vacation*, *holiday* o *tourism*. Dada la relativa juventud del interés para investigar el tema de la TDVF por parte de la pareja, no han existido restricciones temporales a la hora de realizar la búsqueda de las investigaciones al respecto.

En la revisión bibliográfica se tuvieron en cuenta publicaciones que no solamente se centran en las vacaciones como producto exclusivo a estudiar, sino que se han revisado otras que estudian, junto a las vacaciones, otros productos, siempre y cuando contribuyesen con aportaciones válidas e interesantes en el tema objeto de este trabajo.

Para aquellos aspectos en los que no se encontró suficiente literatura específica de los productos turísticos, se ha tenido que recurrir a trabajos realizados para otro tipo de productos, normalmente, para productos duraderos y ciertos servicios comprados en el seno de las familias.

La búsqueda inicial fue derivando a nuevos temas y palabras clave en tanto que se fue forjando una idea cada vez más completa de los asuntos específicos que la literatura ha ido abordando sobre la TDVF. Con este fin, se incluyeron posteriormente nuevas palabras clave, tales como *dyadic consensus* (consenso diádico), *conflict* (conflicto) o *desconfirmation* (desconfirmación).

Aunque las publicaciones consultadas han sido muchas y muy variadas, las revistas científicas en las que se ha encontrado el mayor número de artículos relacionados con el tema de estudio han sido: *Annals of Tourism Research* (2,685), *Journal of Business Research* (1,480), *Journal of Consumer*





---

*Research*, (3,125), *Journal of Marketing Research* (2,256), *Journal of Travel and Tourist Marketing* (0.736), *Journal of Travel Research* (2,442) y *Tourist Management* (2,554)<sup>2</sup>.

En ocasiones no ha sido posible obtener por vía telemática determinados artículos, especialmente si eran muy antiguos, bien porque la propia revista no había comenzado aún a prestar este servicio en el año en el que se publicó el artículo y no lo tenía digitalizado, o bien porque la suscripción de la UMA no abarcaba ese período. En estos casos se ha salvado esta dificultad por diferentes vías. La primera de ellas ha consistido en acudir directamente a la hemeroteca de las diferentes facultades de la UMA, solicitando una fotocopia de la versión impresa del artículo en cuestión. En otras ocasiones se ha recurrido al servicio de préstamo interbibliotecario de la UMA. Otra vía utilizada ha sido escribir directamente un correo electrónico a los autores solicitándoles una copia digitalizada de sus artículos, recibiendo en la mayoría de ocasiones de los propios autores.

También se han consultado diferentes Tesis, cuya localización ha sido posible básicamente a través de la base de datos TESEO que contiene información sobre las Tesis Doctorales leídas en Universidades españolas desde 1976, y otros repositorios, como el Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA). Una vez localizada la Tesis objeto de interés, se ha conseguido mediante la biblioteca de la UMA e, incluso, en algún caso, directamente a través de la red al tratarse de un recurso gratuito.

Se ha acudido también a la base de datos DIALNET, que es un proyecto de cooperación bibliotecaria que comenzó en la Universidad de La Rioja. Se constituye como un portal que recopila y proporciona acceso fundamentalmente a documentos publicados en España en cualquier lengua, publicados en español en cualquier país o que traten sobre temas hispánicos.

---

<sup>2</sup> Las cantidades entre paréntesis se corresponden con el índice de impacto según el JCR del año 2014.





Aprovechando las facilidades que posee una herramienta tan poderosa como Internet, también se ha podido acceder a otro tipo de material disponible, tales como:

- Publicación electrónica de la *Association for Consumer Research* a través de su revista *Advances in Consumer Research*.
- Congresos de Marketing disponibles *online*.
- Informes de organismos públicos y privados.

No se puede dejar de señalar tampoco que en este proceso de búsqueda se han utilizado de forma frecuente tanto el buscador «Google», como su aplicación denominada «Google académico», los cuales han permitido en varias ocasiones disponer de forma rápida de la referencia bibliográfica de un determinado artículo que, posteriormente, y en la mayoría de las ocasiones, se ha conseguido por los medios apropiados (bases de datos, biblioteca, etc.). No obstante, también ha sido necesaria la lectura y consulta de libros obtenidos principalmente a través del préstamo bibliotecario.

Una vez recopilada la información inicial con la que comenzar a abordar el tema y tras una lectura rápida y global que aportó una visión de conjunto, lógicamente, el siguiente paso fue la lectura profunda y el análisis de las diferentes publicaciones, lo que ha posibilitado la revisión bibliográfica que se acaba de presentar, necesaria para poder delimitar los objetivos y seleccionar la metodología a utilizar para la realización posterior del análisis empírico.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





**RESUMEN**

**I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES  
DE LAS VACACIONES**

**CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE  
LAS VACACIONES FAMILIARES**

**II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

**CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

**IV.- CONCLUSIONES**

**CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **PARTE II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

---





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **1. INTRODUCCIÓN**

Como ha quedado patente a lo largo de la revisión bibliográfica, el papel de la pareja en la TDVF abarca muchos aspectos que aún están sin resolver, independientemente de que algunos hayan sido estudiados con más frecuencia que otros.

Así, aunque los roles de la pareja y sus variables explicativas han gozado de mayor atención por parte de los investigadores, en comparación con otros aspectos de la TDVF, no se han obtenido respuestas ampliamente consensuadas o suficientemente aclaratorias. Esto se ha debido, en primer lugar, a la heterogeneidad de etapas, sub-decisiones y tareas incluidas en cada una de las investigaciones, no permitiendo, por tanto, la comparación entre los resultados de las diferentes publicaciones. Y, en segundo lugar, a que una gran cantidad de estudios han considerado las vacaciones como un producto único y compacto, sin tener en cuenta que está formado por una serie de productos básicos entregados por un gran número de proveedores (Kim, Lehto y Morrison, 2007), que dan lugar a multitud de sub-decisiones que se toman antes y durante el viaje, no teniendo que tener la pareja necesariamente un papel uniforme a lo largo de todas ellas (Kang y Hsu, 2004).

Otros aspectos como la coincidencia de respuestas entre los dos miembros de una misma pareja, es decir, el consenso entre las percepciones que ambos poseen, el conflicto que aparece por las discrepancias entre las preferencias individuales, así como las tácticas de resolución de los mismos y la satisfacción asociada han sido escasamente tratados por la literatura turística.

Adicionalmente, los estudios han utilizado metodologías demasiado simplistas que, en muchas ocasiones, no han permitido establecer relaciones de causalidad entre las variables analizadas. Y, en concreto, para el estudio del consenso, los investigadores se han basado exclusivamente en los análisis de frecuencias.





En definitiva, la revisión de la literatura ha puesto de manifiesto que el papel de la pareja en la TDVF es un campo, en general, poco estudiado, con facetas sin tratar, sin consenso en los resultados y con metodologías susceptibles de ser mejoradas. Por todo esto, con el fin último de contribuir a un mejor conocimiento del tema, esta Tesis Doctoral se ha concebido según una visión generalista, para realizar aportaciones en cada uno de estos vacíos y retos pendientes a los que la investigación turística no ha dotado de una respuesta clara a día de hoy.

Llegados a este punto es necesario aclarar que se ha considerado más apropiada la formulación en forma de objetivos y sub-objetivos, en lugar de hipótesis de trabajo, por una razón fundamental: el enfoque global de la presente Tesis Doctoral. Es decir, la cobertura de muchos aspectos hace que haya que formular un gran número de hipótesis muy heterogéneas entre ellas. Además, al estudiar todos estos aspectos según dos muestras, la del hombre y la de la mujer, el número de las mismas incrementa aún más. Esta ausencia de hipótesis no es una excepción dentro de este área de estudio, pues muchas publicaciones de referencia en la materia no las han utilizado (Barlés, Fraj y Martínez, 2013a; 2013b; Jenkins, 1978; Kancheva y Marinov, 2014; Kang y Hsu, 2004; 2005; Koc, 2004; Kozak, 2010; Litvin, Xu y Kang, 2004). Como contrapartida, se han formulado los objetivos específicos, que se desprenden del objetivo general, con un alto grado de concreción para dejar claro el propósito de este trabajo con el suficiente nivel de detalle.

## **2. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN**

El objetivo general expresa el fin último que se persigue en el estudio, es decir, el resultado que se pretende alcanzar. En su definición se incluye la finalidad de la investigación tanto en sus expectativas más amplias, constituyendo el objetivo general del estudio, como en aquellas más concretas que se derivan de él y que conforman los objetivos más específicos.





En el inicio de este trabajo se planteó el interés por conocer el comportamiento de la pareja en el contexto de la toma de decisiones de las vacaciones familiares. Sintetizando el objetivo general de esta investigación en una única pregunta, quedaría así: **¿Cuál es el papel de las parejas en la toma de decisiones de las vacaciones familiares?**

Cumplir este objetivo implica considerar el proceso en todas sus etapas, desde que surge el reconocimiento de la necesidad hasta que se adopta la decisión final. Y dado que las vacaciones están compuestas por multitud de sub-decisiones, se realiza un análisis por separado de aquellas que, a la luz de la literatura, se han considerado más relevantes (destino, alojamiento, transporte, presupuesto, fecha, actividades y restaurantes) o muy poco estudiadas (si llevar o no a los hijos). A su vez, la consideración del papel de la pareja requiere analizar los roles ejercidos por cada uno de ellos, las variables determinantes de su mayor o menor influencia y el conflicto surgido durante todo el proceso, junto a la satisfacción asociada al mismo, especialmente al destino escogido.

El planteamiento del objetivo general propuesto constituye una tarea arriesgada, básicamente por tres motivos: en primer lugar, por ser un objetivo amplio, abarcando multitud de aspectos; en segundo lugar, porque presenta las dificultades intrínsecas que conlleva el estudio del comportamiento humano, con la imposibilidad de considerar todas las variables relevantes y aislarlas para estudiar su efecto; y en tercer lugar, por el problema metodológico asociado al uso de la percepción de cada uno de los miembros de la pareja como fuente de medida, que, además, puede que no sea coincidente entre ellos a pesar de estar evaluando la misma realidad.

Para poder hacer frente a estos tres retos se han adoptado sendas estrategias. Con respecto a la amplitud del tema, debido a que el estudio de las decisiones de la pareja en TDVF es un tema suficientemente profuso en detalles, que se complica por la heterogeneidad de parejas y familias existentes, se ha considerado necesario poner un límite. En concreto, se ha





preferido acotar el sujeto de estudio, como forma de simplificar el trabajo, en lugar del objeto (la TDVF), para no perder la entidad generalista de la que se quiere dotar a este trabajo. Para ello, se tuvo que escoger un tipo de parejas determinado. Con tal fin, y a la vista de la literatura revisada, se observó que la edad de los hijos y su presencia o ausencia en el seno familiar son variables altamente condicionantes en los procesos de compra turística familiar (Filiatrault y Ritchie, 1980; Fodness, 1992; Gursoy, 2000). De ahí que, como primer paso en la línea de investigación que supone esta Tesis Doctoral, se haya considerado estudiar las parejas con hijos adolescentes. Este tipo de familia presenta uno de los escenarios más complejos en lo que a las decisiones de las vacaciones se refiere, ya que la pareja tiene que considerar las preferencias de sus hijos adolescentes, que ya no son meros elementos pasivos que imponen indirectamente condiciones a la familia por sus demandas especiales, como ocurre cuando son más pequeños (Thornton *et al.*, 1997).

Para afrontar la segunda de las dificultades, referente a la consideración de todos los factores relevantes, se ha omitido el grupo de variables psicográficas como objeto de análisis, ya que el pre-test realizado a una pequeña muestra puso de manifiesto que alargaba en exceso la extensión de la encuesta, lo que provocaba que los encuestados se cansaran y entregaran cuestionarios incompletos. Se han omitido estas variables y no otras porque su medida no es tan directa como las demás y se precisaba la respuesta de un conjunto de ítems necesarios para definir los constructos. Sí que se han tenido en cuenta variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje, aunque por razones operativas no se han utilizado para los análisis empíricos toda la gama de posibilidades estudiada en la literatura.

La estrategia a seguir para encarar el problema metodológico consistió en recoger las respuestas de hombres y mujeres por separado dentro de la pareja y realizar el análisis también por separado, con el objetivo de poner de manifiesto las discrepancias y las diferencias de percepción, analizando a su vez las causas subyacentes a tales divergencias. Se trata de una aportación





interesante de este trabajo, siendo una técnica poco utilizada hasta la fecha por la mayor dificultad de tener que recoger dos respuestas por hogar. Su importancia principal radica en el hecho de no tener que confiar en un solo punto de vista que, en muchas ocasiones, puede estar sesgado.

### **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Los objetivos específicos en los que se ha descompuesto el objetivo general pueden estar directamente relacionados con el mismo, constituyendo los objetivos específicos centrales, o pueden desprenderse de él, al no ser tan directa la relación que presentan, constituyendo los objetivos complementarios. En esta Tesis Doctoral, el objetivo general se descompone en tres objetivos específicos centrales y un objetivo específico complementario. A su vez, cada uno de ellos se divide en sub-objetivos que ayudarán a concretar aún más los aspectos que se pretenden estudiar (figura 3.1).

A pesar de que los roles de la pareja en la toma de decisiones vacacional han sido tratados con relativa frecuencia, comparándolo con los demás aspectos, tiene sentido comprobar si realmente se cumplen las conclusiones extraídas por dichas investigaciones en la muestra de esta Tesis, que presenta características propias, entre las que destacan que son parejas que se encuentran en una etapa del ciclo de vida muy específica, parejas con hijos adolescentes, y se hallan enmarcadas dentro de una nacionalidad concreta, la española, mucho menos estudiada que otras como las norteamericanas. A esto se añade que para extraer estas conclusiones se ha confiado en exceso en la percepción de un único miembro de la familia, normalmente la mujer. Por eso, este trabajo se plantea el objetivo específico central 1:

- **OBJETIVO ESPECÍFICO CENTRAL 1:** *Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.*



Para conseguir este objetivo es necesario a su vez, perseguir otras metas aún más precisas. En primer lugar, se quiere determinar qué tipo de estructura presentan las decisiones a lo largo de las tres etapas del proceso analizadas: reconocimiento, búsqueda de información y decisión final. Es decir, es necesario describir quién influye más en cada una de ellas.

De igual forma, se pretende contestar a esa misma cuestión para las ocho sub-decisiones de las vacaciones escogidas: destino, alojamiento, medio de transporte, fecha, presupuesto, restaurantes, actividades y si llevar o no a los hijos.

En segundo lugar, dentro de este objetivo se plantea en qué proporción de parejas las decisiones se adoptan conjuntamente para cada una de las etapas y de las sub-decisiones estudiadas. Esto permite establecer las diferencias existentes en la forma en la que, por un lado, se llevan a cabo las etapas, y, por otro lado, la forma en la que se adoptan las sub-decisiones, con el fin de justificar el estudio por separado de las tres etapas entre ellas y de las ocho sub-decisiones, también entre ellas.

Para cada uno de estos aspectos, este objetivo se complementa con el hecho de no confiar en el punto de vista de un único miembro de la pareja.

Es decir, los sub-objetivos asociados al objetivo central 1 son los siguientes:

- **Sub-objetivo CE1.1.** Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las etapas del proceso.
- **Sub-objetivo CE1.2.** Comparar las etapas del proceso de TDVF según los roles de los miembros de la pareja.





- **Sub-objetivo CE1.3.** Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las sub-decisiones.
- **Sub-objetivo CE1.4.** Comparar las sub-decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja.

Por otro lado, en lo que a las variables explicativas de la influencia se refiere, aunque también se han tratado con relativa frecuencia en comparación con otros aspectos de la TDVF, las publicaciones no han llegado a conclusiones ampliamente consensuadas. Adicionalmente, las metodologías utilizadas, fundamentalmente descriptivas, no han posibilitado en una gran cantidad de ocasiones establecer relaciones de dependencia ni, obviamente, determinar el grado de dichas relaciones, quedando, por tanto, en ese sentido muchos aspectos por resolver. Por tanto, esta Tesis aborda el objetivo específico central 2:

- **OBJETIVO ESPECÍFICO CENTRAL 2:** *Identificar las variables explicativas de la influencia ejercida por los miembros de la pareja en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.*

Este objetivo comprende la determinación de la relación existente entre las diferentes variables que definen la muestra y la estructura de la decisión utilizada por las parejas que la componen. Este análisis es necesario para determinar qué características poseen las parejas que adoptan las decisiones conjuntamente, tanto a lo largo del proceso de la TDVF como para las diferentes sub-decisiones que componen las vacaciones familiares.

De igual forma, es preciso establecer qué características cumplen las parejas en las que es el hombre el que decide y cuáles son las que definen a aquellas en las que la mujer tiene un mayor protagonismo.



De nuevo, este objetivo abarca la consideración de las respuestas de los dos miembros de la pareja y su análisis por separado.

En síntesis, los sub-objetivos asociados al objetivo central 2 son los siguientes:

- **Sub-objetivo CE2.1.** Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta *versus* autónoma según las etapas del proceso.
- **Sub-objetivo CE2.2.** Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta *versus* autónoma según las sub-decisiones.
- **Sub-objetivo CE2.3.** Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante *versus* esposa-dominante según las etapas del proceso.
- **Sub-objetivo CE2.4.** Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante *versus* esposa-dominante según las sub-decisiones.

La revisión de la literatura evidenció el vacío existente en el estudio de la aparición de conflicto en las decisiones vacacionales de la familia y las tácticas de resolución empleadas, lo que lleva al planteamiento del objetivo central específico 3:

- **OBJETIVO ESPECÍFICO CENTRAL 3:** *Analizar el conflicto surgido entre las parejas en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.*

Con este objetivo, se pretende ir más allá de un análisis del resultado del proceso, es decir, no conformarse con identificar "quién decide" y "por qué él, ella o los dos". Para ello se formula un tercer objetivo central que busca respuestas a "cómo se decide". Esto es tanto como decir que surge la necesidad de estudiar la aparición del



conflicto durante el proceso, muchas veces inherente a la toma de decisiones grupal, y cuáles son las tácticas de resolución empleadas.

La persecución de estos objetivos implica, en primer lugar, abordar la descripción del conflicto surgido en las diferentes sub-decisiones, haciendo especial hincapié en la elección del destino. Este énfasis se debe que el destino ha sido la sub-decisión que ha recibido más atención por parte de los investigadores, por las consecuencias que su elección entraña para una gran cantidad de sub-decisiones que se ven supeditadas a la elección del mismo.

Directamente relacionado con el surgimiento de los conflictos se hace necesario abordar aquellas tácticas de resolución de los mismos empleadas por los miembros de la pareja.

Para completar el análisis, se pretende la identificación de las variables relacionadas con la aparición del conflicto y con su forma de resolverlo, distinguiendo según las etapas y sub-decisiones de las vacaciones familiares.

Siguiendo con la línea marcada en este trabajo, se analizan por separado las respuestas de hombres y mujeres.

Por tanto, los sub-objetivos asociados al objetivo central 3 se pueden sintetizar de la siguiente manera:

- **Sub-objetivo CE3.1.** Identificar la aparición de conflicto en el proceso de elección de las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- **Sub-objetivo CE3.2.** Identificar las variables relacionadas con la aparición de conflicto entre la pareja según las sub-decisiones.
- **Sub-objetivo CE3.3.** Identificar el grado de conflicto en la elección del destino.



- **Sub-objetivo CE3.4.** Identificar las tácticas de resolución de conflicto empleadas por las parejas en el proceso de TDVF.
- **Sub-objetivo CE3.5.** Identificar las variables relacionadas con las tácticas de resolución de conflictos empleadas por las parejas en la TDVF.

Aunque la literatura turística ha sido relativamente prolija en el estudio de la satisfacción con el destino turístico, no ha sido este el caso cuando se trata de realacionarla con el proceso de toma de decisión. Por otro lado, la comprobación de los resultados en otras muestras diferentes contribuye al enriquecimiento del cuerpo de estudios en cualquier ámbito científico. Por todas estas razones se plantea el siguiente objetivo específico:

- **OBJETIVO ESPECÍFICO CENTRAL 4:** *Analizar la satisfacción de las parejas con el destino de las vacaciones familiares.*

Dada la importancia que tiene para la industria turística, al acabar el proceso resulta interesante conocer en qué medida los miembros de la pareja se encontraron satisfechos con el destino escogido. Para ello, puede ser útil no solo preguntarles individualmente su grado de satisfacción, sino también establecer comparaciones entre los miembros de la pareja.

A su vez, se pretende identificar los factores condicionantes de la satisfacción con el destino con variables directamente relacionadas con él y su proceso de toma de decisión.

En la tónica seguida hasta el momento, este objetivo se complementa con la diferenciación del punto de vista de hombres y mujeres.



Resumiendo, los sub-objetivos en los que se puede descomponer el objetivo central 4 son:

- **Sub-objetivo CE4.1.** Determinar la satisfacción de las parejas con el destino de las vacaciones familiares.
- **Sub-objetivo CE4.2.** Comparar la satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja.
- **Sub-objetivo CE4.3.** Identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo.

Al realizar todos estos análisis emerge una cuestión que ha preocupado a los investigadores del comportamiento del consumidor en general. Se trata del estudio del consenso diádico entre las percepciones de los miembros de la pareja ya que, pese a que la realidad es única, las percepciones sobre ella no necesariamente tienen por qué coincidir. Estos resultados pueden ser de utilidad al investigador futuro que deberá considerar la necesidad, o no, de disponer de una o más respuestas por familia para conseguir una imagen ajustada a la realidad. Sin embargo, esta cuestión, aparte de ser escasamente tratada por la literatura turística, se ha analizado de forma exclusiva mediante el cálculo de frecuencias de parejas con y sin acuerdo entre ellas, lo cual constituye una visión demasiado simplista que requeriría otro tipo de análisis complementario. Es por esto que se expone este objetivo específico complementario:

- **OBJETIVO ESPECÍFICO COMPLEMENTARIO:** *Analizar el consenso entre los miembros de la pareja en la percepción sobre la influencia relativa y el conflicto en la toma de decisiones de las vacaciones familiares.*

En un primer momento se dará respuesta al grado de consenso existente entre las parejas en su percepción sobre la influencia





ejercida, tanto para las diferentes etapas como para las sub-decisiones estudiadas. Esta misma pregunta se contestará para la percepción acerca de la aparición del conflicto y de las tácticas de resolución empleadas para resolverlo. En todos los casos dicha pregunta se plantea tanto a nivel agregado, es decir, por sexos, como a nivel de parejas.

Asimismo, se examinará la existencia de variables subyacentes que puedan explicar las diferencias de percepción entre los miembros de la pareja.

Por tanto, los sub-objetivos que componen objetivo específico complementario planteado se pueden enumerar como sigue:

- **Sub-objetivo CO.1.** Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas, a nivel agregado y de pareja.
- **Sub-objetivo CO.2.** Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas.
- **Sub-objetivo CO.3.** Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones, a nivel agregado y de pareja.
- **Sub-objetivo CO.4.** Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones.
- **Sub-objetivo CO.5.** Identificar el consenso en la percepción de la aparición de conflicto, a nivel agregado y de pareja.
- **Sub-objetivo CO.6.** Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la aparición de conflicto.







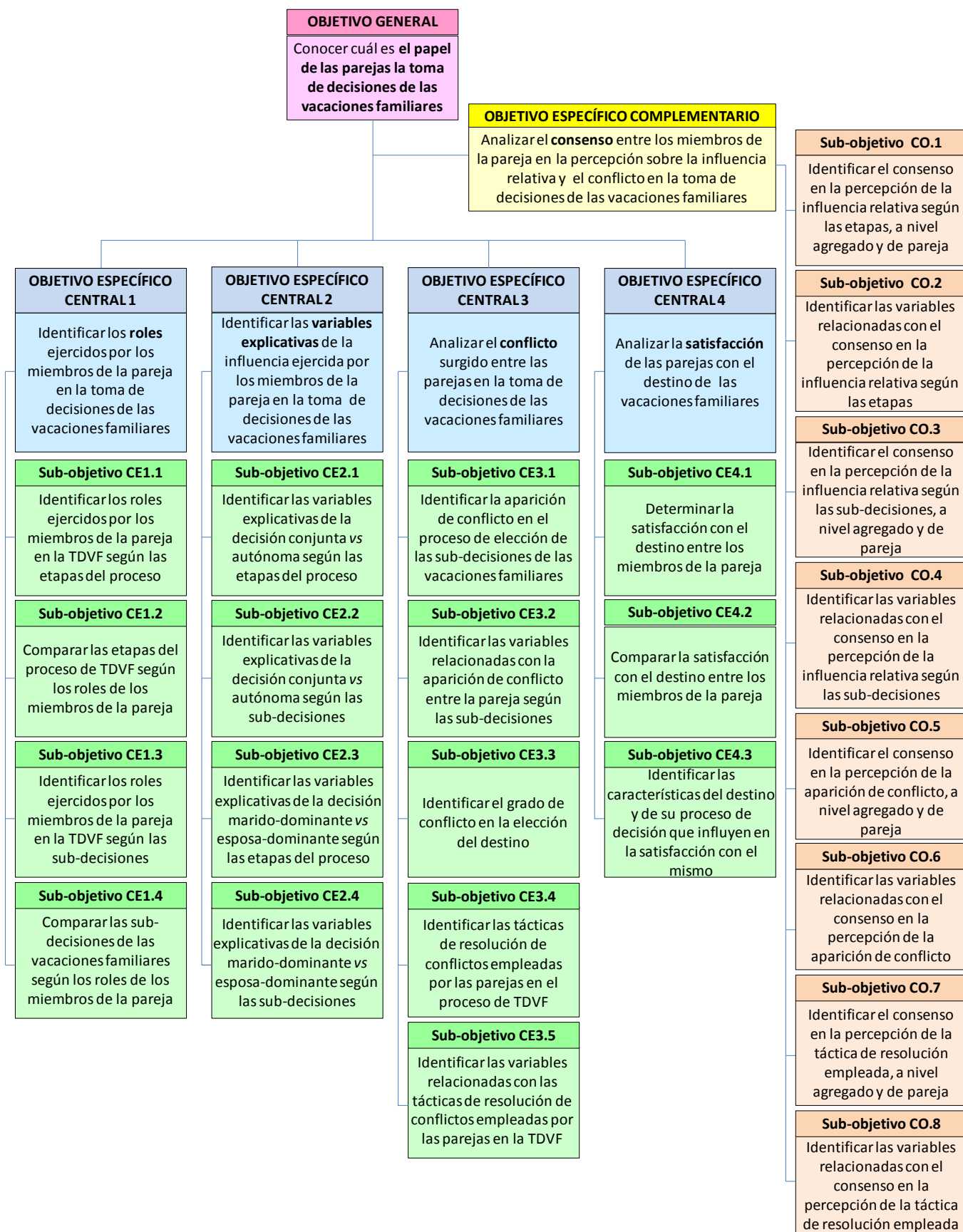
- **Sub-objetivo CO.7.** Identificar el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada, a nivel agregado y de pareja.
- **Sub-objetivo CO.8.** Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada.

En la tabla 3.1 se recoge esquemáticamente la relación entre todos los sub-objetivos anteriormente mencionados, las carencias evidenciadas en el estado de la cuestión y, consecuentemente, los retos pendientes que se pretenden abordar.



## PARTE II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Capítulo 3

Figura 3.1. Objetivos de la investigación



**Tabla 3.1.** Relación entre los objetivos planteados y el estado de la cuestión

SUB-OBJETIVO	CARENCIAS EVIDENCIADAS EN EL ESTADO DE LA CUESTIÓN	RETOS PENDIENTES
<b>Sub-objetivo CE1.1.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las etapas del proceso	Disparidad en el número de estudios según la etapa correspondiente. Necesidad de confrontación de los resultados en otras muestras. Necesidad de recoger los puntos de vista de los dos miembros de la pareja	Considerar las tres etapas clásicas de las decisiones vacacionales y estudiarlas según para la muestra, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE1.2.:</b> Comparar las etapas del proceso de TDVF según los roles de los miembros de la pareja	En muchas ocasiones se ha analizado la toma de decisiones de las vacaciones sin distinguir entre las diferentes etapas del proceso	Demostrar que tiene sentido el estudio por separado de las etapas dado que existe diferencias entre ellas
<b>Sub-objetivo CE1.3.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las sub-decisiones	Disparidad en el número de estudios según la sub-decisión correspondiente. Necesidad de confrontación de los resultados en otras muestras. Necesidad de recoger los puntos de vista de los dos miembros de la pareja	Considerar ocho sub-decisiones relevantes de las vacacionales familiares y estudiarlas para la muestra, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres.
<b>Sub-objetivo CE1.4.:</b> Comparar las sub-decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja	En muchas ocasiones se han analizado las vacaciones como un único producto compacto	Demostrar que tiene sentido el estudio por separado de las sub-decisiones de las vacaciones dado que existe diferencias entre ellas
<b>Sub-objetivo CE2.1.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las etapas del proceso	Los estudios han incluido una heterogeneidad de variables que no ha permitido la comparación entre sus resultados. Las metodologías utilizadas no han posibilitado en una gran cantidad de ocasiones establecer relaciones de dependencia ni su grado de asociación	Incluir variables relevantes que puedan explicar la estructura de la decisión conjunta según las etapas aplicando una metodología multivariante de dependencia, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE2.2.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las sub-decisiones	Los estudios han incluido una heterogeneidad de variables que no ha permitido la comparación entre sus resultados. Las metodologías utilizadas no han posibilitado en una gran cantidad de ocasiones establecer relaciones de dependencia ni su grado de asociación	Incluir variables relevantes a la luz de la literatura que pueden explicar la estructura de la decisión conjunta según las sub-decisiones aplicando una metodología multivariante de dependencia, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE2.3.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las etapas del proceso	Los estudios han incluido una heterogeneidad de variables que no ha permitido la comparación entre sus resultados. Las metodologías utilizadas no han posibilitado en una gran cantidad de ocasiones establecer relaciones de dependencia ni su grado de asociación	Incluir variables relevantes que puedan explicar la estructura de la decisión autónoma según las etapas aplicando una metodología multivariante de dependencia, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres.
<b>Sub-objetivo CE2.4.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las sub-decisiones	Los estudios han incluido una heterogeneidad de variables que no ha permitido la comparación entre sus resultados. Las metodologías utilizadas no han posibilitado en una gran cantidad de ocasiones establecer relaciones de dependencia ni su grado de asociación.	Incluir variables relevantes a la luz de la literatura que pueden explicar la estructura de la decisión autónoma según las sub-decisiones aplicando una metodología multivariante de dependencia, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres

**Tabla 3.1 (Cont.).** Relación entre los objetivos planteados y el estado de la cuestión

SUB-OBJETIVO	CARENCIAS EVIDENCIADAS EN EL ESTADO DE LA CUESTIÓN	RETOS PENDIENTES
<b>Sub-objetivo CE3.1.:</b> Identificar la aparición de conflicto en el proceso de elección de las sub-decisiones de las vacaciones familiares	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE3.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con la aparición de conflicto entre la pareja según las sub-decisiones	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE3.3.:</b> Identificar el grado de conflicto en la elección del destino	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE3.4.:</b> Identificar las tácticas de resolución de conflicto empleadas por las parejas en el proceso de TDVF	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE3.5.:</b> Identificar las variables relacionadas con las tácticas de resolución de conflictos empleadas por las parejas en la TDVF	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE4.1.:</b> Determinar la satisfacción de las parejas con el destino de las vacaciones familiares	Necesidad de confrontación de los resultados en otras muestras. Necesidad de recoger los puntos de vista de los dos miembros de la pareja	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CE4.2.:</b> Comparar la satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja	Necesidad de confrontación de los resultados en otras muestras	Contribuir a la creación de literatura
<b>Sub-objetivo CE4.3.:</b> Identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo	Necesidad de más estudios que relacionen la satisfacción con el proceso de TDVF	Contribuir a la creación de literatura, diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres
<b>Sub-objetivo CO.1.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas, a nivel agregado y de pareja	Escasez de estudios. Necesidad de análisis más exigentes	Contribuir a la creación de literatura complementándolo con análisis estadísticos más exigentes
<b>Sub-objetivo CO.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura
<b>Sub-objetivo CO.3.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones, a nivel agregado y de pareja	Escasez de estudios. Necesidad de análisis más exigentes	Contribuir a la creación de literatura complementándolo con análisis estadísticos más exigentes
<b>Sub-objetivo CO.4.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura
<b>Sub-objetivo CO.5.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la aparición de conflicto, a nivel agregado y de pareja	Escasez de estudios. Necesidad de análisis más exigentes	Contribuir a la creación de literatura complementándolo con análisis estadísticos más exigentes
<b>Sub-objetivo CO.6.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la aparición de conflicto	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura



**Tabla 3.1 (Cont.).** Relación entre los objetivos planteados y el estado de la cuestión

SUB-OBJETIVO	CARENCIAS EVIDENCIADAS EN EL ESTADO DE LA CUESTIÓN	RETOS PENDIENTES
<b>Sub-objetivo CO.7.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada, a nivel agregado y de pareja	Escasez de estudios. Necesidad de análisis más exigentes	Contribuir a la creación de literatura complementándolo con análisis estadísticos más exigentes
<b>Sub-objetivo CO.8.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada	Escasez de estudios	Contribuir a la creación de literatura



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **RESUMEN**

### **I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES**

#### **CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

### **II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

#### **CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

### **IV.- CONCLUSIONES**

#### **CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





## **PARTE III: ANÁLISIS EMPÍRICO**

### **CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO**

#### **METODOLÓGICO**

---





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## **1. INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se presenta una descripción del planteamiento metodológico utilizado para la consecución de los objetivos propuestos. Se ha considerado que el método más adecuado es la realización de un estudio empírico dadas las características de la investigación, los objetivos propuestos, la complejidad del entorno y las investigaciones realizadas en este ámbito.

En concreto, se ha optado por la utilización de métodos de análisis cuantitativos, con un enfoque descriptivo y otro causal, que permitan estudiar la naturaleza y las interrelaciones de las variables que intervienen en el proceso de la TDVF adoptado por las parejas.

En primer lugar, se expone la justificación de la elección de la población, es decir, los sujetos de estudio. Posteriormente, se describe cómo se ha diseñado la muestra en la que se llevará a cabo el análisis empírico que permitirá obtener los resultados que respondan a los objetivos planteados. En tercer lugar, se detalla el formato del cuestionario utilizado así como los pasos que llevaron a su diseño final. A continuación, se describe cómo se llevó a cabo el proceso de recogida de datos. En último lugar, se enumeran y justifican las técnicas estadísticas utilizadas.

## **2. JUSTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN ESTUDIADA**

Como ya se adelantó cuando se estableció el objetivo general de la Tesis, se ha acotado el sujeto de estudio, en aras de profundizar en la TDVF, simplificando el análisis y la recogida de datos por estar concentrada en un tipo de familia. En concreto, la población de este estudio está compuesta por las **parejas que realizaron un viaje vacacional en el que al menos un hijo común de edades entre 10 y 18 años les acompañó**. Se ha considerado pareja a la diada compuesta por un hombre y una mujer que conviven juntos, independientemente del tipo de unión que tengan. Y se ha considerado viaje



vacacional si pasan al menos tres días fuera de casa con el propósito principal de ocio (Etzel y Wahlers, 1985; Gitelson y Crompton, 1984).

El intervalo de edades del hijo responde a que cuando estos son más pequeños, aunque ejercen influencia en las decisiones vacacionales de sus padres, lo hacen fundamentalmente de forma pasiva, por los cuidados y necesidades que precisan, pero cuando tienden a la edad de la adolescencia condicionan las decisiones vacacionales de forma activa, manifestando sus preferencias (Gram, 2007; Osman *et al.*, 2014). Para la Organización Mundial de la Salud, la adolescencia es el período que va desde los 10 hasta los 19 años, y está comprendida dentro del período de la juventud, aunque no existe un consenso sobre los límites que la conforman.

Por tanto, se puede considerar que este tipo de parejas resulta muy interesante desde el punto de vista de la investigación del comportamiento del consumidor turístico, por su mayor complejidad, ya que los resultados de la decisión no afectan únicamente a la pareja, sino también a los hijos, que, por su edad, tienen mayores probabilidades de influir en las decisiones vacacionales respecto a cuando estos son más pequeños (Darley y Lim, 1986; Jenkins, 1979; Martensen y Grønholdt, 2008; Therkelsen, 2010).

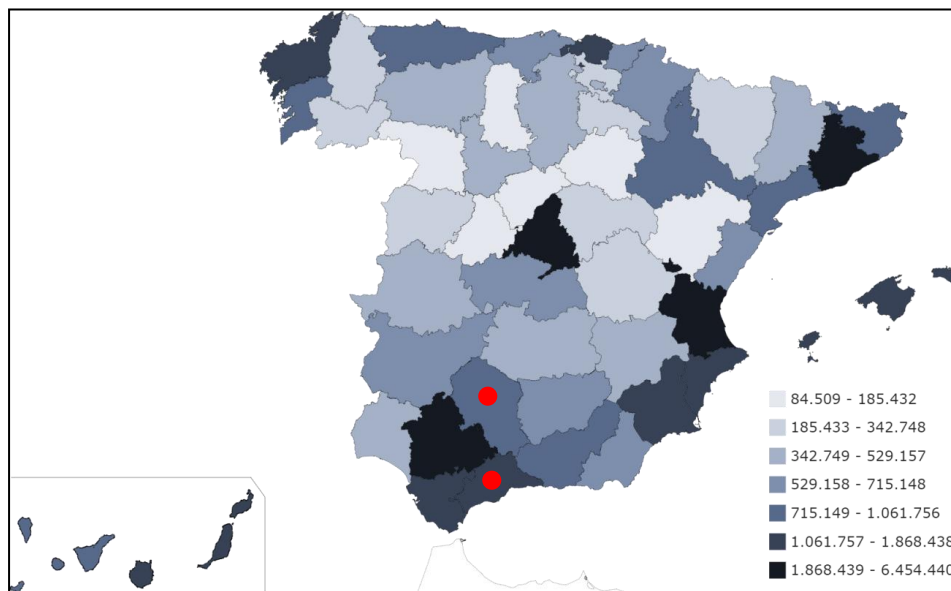
No obstante, aunque los hijos influyen en la toma de decisiones de las vacaciones familiares (Belch *et al.*, 1985; Howard y Madrigal, 1990; Jenkins, 1979; Martensen y Grønholdt, 2008), en este estudio no se tienen en cuenta. Sin embargo, esto no invalida en absoluto las conclusiones que se extraen de él, fundamentalmente porque son muchos los trabajos que confirman que la pareja es la principal decisora de las vacaciones familiares por encima de los hijos (Belch *et al.*, 2005; Decrop y Snelders, 2005; Kozak y Karadag, 2012; Wang *et al.*, 2004). Además, al preguntar a las parejas encuestadas quién ejercía la influencia principal en cada etapa o sub-decisión se les dio la opción de que respondieran "ninguno/otros", de tal forma que no se les obligaba a escoger entre ellos. La determinación de la influencia de los hijos forma parte de la línea de investigación que se pretende abordar en un futuro.



### 3. ELECCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra de parejas que hubieran ido de vacaciones acompañadas por algún hijo común de edades comprendidas entre los 10 y los 18 años, que pasaran fuera del hogar al menos tres días con el propósito principal de ocio, se localizó geográficamente en las provincias de Córdoba y Málaga. Se trata de dos provincias de Andalucía de diferentes tamaños, la primera de interior y la segunda de costa (figura 4.1).

**Figura 4.1.** Mapa del censo de población por provincias 2014



Fuente: INE

Según el censo de población por provincias del Instituto Nacional del Estadística (INE) de 2014, Málaga cuenta con 1.621.968 habitantes y Córdoba con 799.402, estando la primera por encima y la segunda por debajo de la media nacional (899.449 habitantes) respectivamente (tabla 4.1).

En la encuesta de movimientos turísticos de los españoles (Familitur) de 2014, elaborada por el Instituto de Turismo de España (Turespaña), Andalucía fue la tercera Comunidad Autónoma de origen de viajes de los residentes en España, tanto a destinos nacionales como extranjeros, después de Madrid y Cataluña, registrando un total de 20.540.182 (tabla 4.2).

**Tabla 4.1.** Censo de población por provincias 2014

PROVINCIA	POBLACIÓN	PROVINCIA	POBLACIÓN
Albacete	396.987	León	484.694
Alicante	1.868.438	Lleida	438.001
Almería	701.688	Lugo	342.748
Álava	321.932	Madrid	6.454.440
Asturias	1.061.756	Málaga	<b>1.621.968</b>
Ávila	167.015	Murcia	1.466.818
Badajoz	690.929	Navarra	640.790
Islas Baleares	1.103.442	Ourense	322.293
Barcelona	5.523.784	Palencia	167.609
Vizcaya	1.151.905	Las Palmas	1.100.027
Burgos	366.900	Pontevedra	950.919
Cáceres	408.703	La Rioja	319.002
Cádiz	1.240.175	Salamanca	342.459
Cantabria	588.656	Santa Cruz de Tenerife	1.004.788
Castellón	587.508	Segovia	159.303
Ciudad Real	519.613	Sevilla	1.941.355
Córdoba	<b>799.402</b>	Soria	92.221
Coruña, A	1.132.735	Tarragona	800.962
Cuenca	207.449	Teruel	140.365
Gipuzkoa	715.148	Toledo	699.136
Girona	756.156	Valencia	2.548.898
Granada	919.455	Valladolid	529.157
Guadalajara	255.426	Zamora	185.432
Huelva	519.229	Zaragoza	960.111
Huesca	224.909	Ceuta	84.963
Jaén	659.033	Melilla	84.509
<b>Media Nacional</b>	<b>899.449</b>	<b>Total Nacional</b>	<b>46.771.341</b>

Fuente: INE

**Tabla 4.2.** Número de viajes por CCAA de residencia en 2014 según el tipo de viaje

	Total	Semana Santa	Vacaciones de Verano	Vacaciones de Navidad	Fin de Semana	Puente	Otros *
<b>Total</b>	<b>151.397.320</b>	<b>5.390.257</b>	<b>18.449.976</b>	<b>3.499.075</b>	<b>79.568.555</b>	<b>3.137.164</b>	<b>41.352.294</b>
Andalucía	20.540.182	580.983	2.383.733	417.135	9.959.931	428.210	6.770.190
Aragón	6.732.742	205.648	738.482	127.119	3.722.887	168.411	1.770.194
Asturias	4.121.166	106.306	348.478	-	2.545.051	-	1.002.304
Islas Baleares	2.187.665	-	204.851	-	1.005.598	-	845.682
Canarias	4.821.736	-	652.466	-	1.788.439	-	2.109.719
Cantabria	1.596.476	-	148.869	-	790.394	-	551.160
Castilla-La Mancha	5.281.111	144.799	698.474	-	2.997.450	-	1.211.444
Castilla y León	8.841.836	227.513	943.995	149.199	4.228.696	-	3.157.323
Cataluña	25.360.678	1.030.500	3.021.820	557.740	14.241.322	519.487	5.989.809
C. Valenciana	16.255.139	503.378	1.490.731	373.596	9.520.563	316.821	4.050.050
Extremadura	4.013.876	77.261	431.710	99.760	1.905.031	76.281	1.423.833
Galicia	6.011.395	-	554.604	-	3.102.647	-	2.021.761
C. de Madrid	29.461.431	1.496.067	4.607.416	1.037.244	15.488.809	776.430	6.055.465
Murcia	3.089.589	-	381.832	-	1.540.264	-	908.136
Navarra	3.346.526	100.109	425.358	60.346	1.815.695	-	902.357
País Vasco	8.320.675	399.926	1.220.248	-	4.263.327	172.715	2.127.313
La Rioja	990.434	26.780	149.764	23.362	449.545	-	319.854

\* Otros: Incluye viajes de trabajo, recurrentes de trabajo, estudios, recurrentes de estudios, visitas a familia y amigos, salud, prácticas deportivas, religiosos, gestiones administrativas, y otros de ocio.

El carácter "-" indica que el dato no está respaldado con la suficiente base muestral (100 registros)

Fuente: Turespaña

La técnica de muestreo aplicada ha sido el método por conveniencia, que es una técnica no probabilística, donde los sujetos son seleccionados debido a la conveniente accesibilidad y proximidad de los mismos para el investigador. La utilización de esta técnica está justificada por dos razones: en primer lugar, es un tipo de técnica habitual en esta clase de estudios (Barlés *et al.*, 2010; Kang y Hsu, 2005; Koc, 2004; Zalatan, 1998) y, en segundo lugar, porque es muy difícil encontrar diadas y, aún más, triadas de miembros de una misma familia que cumplan el requisito de haber viajado juntos y que estén dispuestos a contestar cada uno un cuestionario.

No obstante, para reducir el sesgo que presenta este tipo de muestreo se repartió la encuesta en un amplio número de localidades (en la provincia de Málaga: Málaga capital, Torrox, Vélez-Málaga, Antequera, Rincón de la Victoria, Arroyo de la Miel y Nerja; y en la provincia de Córdoba: Córdoba

capital, Pozoblanco, Añora, Dos Torres y El Viso) con el objetivo de no concentrarlas en un único punto geográfico.

## **4. DISEÑO DEL CUESTIONARIO**

El cuestionario que se ha utilizado en este trabajo está compuesto de tres partes, una para el padre, otra para la madre y otra para el hijo, siendo las dos primeras idénticas entre ellas. Para su elaboración se han tenido en cuenta aspectos tan importantes como el formato, el orden de las preguntas y el contexto en el que se llevaba a cabo la misma, utilizando un lenguaje adecuado al público al que iba dirigido. Se ha optado por una estructura de preguntas cerradas, buscando la menor pérdida de información posible y la facilidad para el encuestado, al exigirle un esfuerzo menor.

Una vez diseñada una versión inicial, se llevó a cabo un pre-test a 30 hogares con hijos con el objeto de detectar posibles errores. Los cuestionarios recogidos en el pre-test aportaron información interesante sobre posibles errores de comprensión por parte de los encuestados y permitió realizar las modificaciones necesarias para la obtención del cuestionario final. Por ejemplo, se observó una gran dificultad para obtener información sobre el nivel de ingresos de los encuestados, por lo que esta variable se eliminó, y para detectar el nivel económico del encuestado se optó por la situación laboral del individuo y su nivel de estudios, usadas como variables indicativas del nivel de ingresos y la clase social en la literatura (Barlés *et al.*, 2010; Wang *et al.*, 2007). De igual forma, como ya se apuntó en el establecimiento de los objetivos, aunque en un principio se incluyeron preguntas referentes a variables psicográficas, finalmente se optó por omitirlas al alargar en exceso la extensión de la encuesta. Asimismo, la versión inicial incluía preguntas sobre la influencia en la aerolínea escogida y en la agencia de viajes utilizada, pero se tuvieron que eliminar dado que la gran mayoría de ellos indicaron que no las habían utilizado.



La validez del diseño fue evaluada sometiendo el cuestionario a la opinión de varios expertos, que han sabido aportar su experiencia valorando, a través de su análisis y lectura, la eficacia de la encuesta. Este grupo de expertos, procedentes de diferentes áreas y lugares, estaba constituido por:

- ✓ Dr. Fodness, Dale: Profesor Titular de Marketing en la Universidad de Dallas, Estados Unidos.
- ✓ Dra. Gallego Galán, Inmaculada: Jefa de Área de Estadística e Investigación de Mercados de la empresa SAETA *Enterprise Group*, SLL.
- ✓ Dra. Peláez Fernández, María de los Ángeles: Profesora de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales de la Universidad de Málaga.
- ✓ Dr. Ruiz de Maya, Salvador: Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Murcia.
- ✓ Dr. Sierra Herrezuelo, Plácido: Ejecutivo de Marketing Online de la Sociedad de Planificación y Desarrollo, empresa pública de la Diputación Provincial de Málaga.

Las aportaciones que realizaron, así como los resultados del pre-test posibilitaron la obtención de la encuesta definitiva, cuyo proceso de elaboración se resume en la figura 4.2.

El cuestionario de los miembros de la pareja, que es el se va a utilizar en el presente trabajo y, por tanto, el que se va a describir, constaba de 21 preguntas estructuradas en 4 bloques.

El primero de ellos hacía referencia a datos socio-demográficos y de comportamiento de viaje. En concreto, se les preguntó por el sexo, la edad, el tipo de unión, su situación laboral, el nivel de estudios, el tiempo de convivencia

con su pareja, el tipo de destino, el motivo, aparte del ocio, por el que fueron a esas vacaciones y la frecuencia con la que iban de vacaciones.

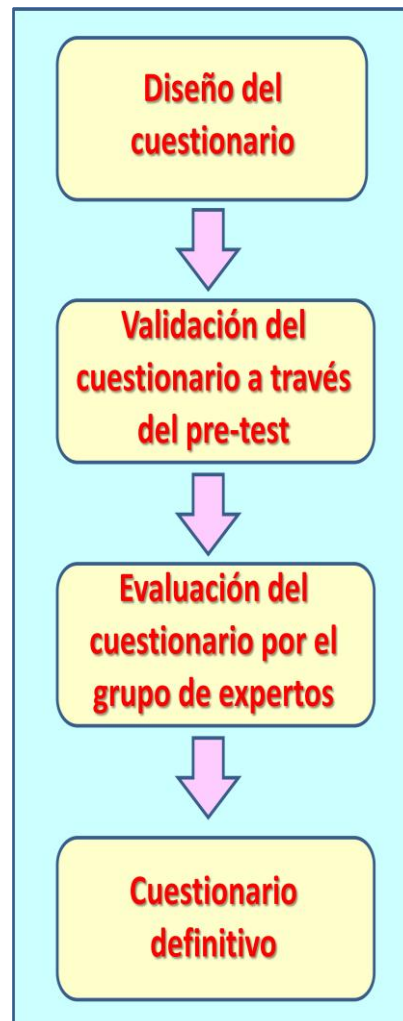
El segundo bloque abordaba la percepción de la influencia ejercida por cada uno de los miembros de la pareja, preguntando directamente por ella según las etapas y sub-decisiones analizadas, tal y como es frecuente en este tipo de estudios (Barlés *et al.*, 2013a; Bronner y de Hoog, 2008; Davis y Rigaux, 1974). Las opciones fueron cuatro: principalmente yo, principalmente mi pareja, los dos igual, ninguno/otros.

En el tercero se abordaba el conflicto surgido en las diferentes sub-decisiones, pidiéndoles, además, que indicasen el grado de conflicto con la elección del destino en concreto. También se les preguntaba por las tácticas de resolución de conflictos utilizadas por ellos, en caso de que lo hubiera habido. Por último, se les pidió que indicasen la satisfacción asociada a la elección del destino.

El último de los bloques estaba dedicado a la influencia ejercida por sus hijos, por lo que su descripción no se recoge aquí, aunque se muestra en el anexo, donde se recoge el cuestionario completo y definitivo que tuvieron que rellenar los padres.

Esta estructura se considera interesante porque permite conocer los distintos aspectos de la pareja como consumidores turísticos que responden directamente a los objetivos planteados, posibilitando la realización de un análisis detallado de los mismos.

**Figura 4.2.** Esquema de elaboración del cuestionario



Fuente: Elaboración propia

## **5. RECOGIDA DE DATOS**

La entrega de los cuestionarios se produjo en el centro educativo del hijo para este se lo hiciera llegar a sus padres y, a su vez, rellenara el suyo. Dado que en la mayoría de los casos se trató con menores de edad, se tuvo que pedir permiso previamente a la dirección de los centros educativos y esta, a su vez, se lo solicitó a los respectivos padres, indicándoles el propósito de la encuesta y la confidencialidad absoluta de los datos recogidos.

Los cuestionarios iban precedidos de una carta en la que aparecían una serie de instrucciones. En ella se hacía hincapié en la importancia de que los rellenasen por separado. Se les instó a que recordasen las últimas vacaciones que realizaron juntos los tres, aunque les acompañasen otras personas, siempre que el hijo tuviese una edad comprendida entre los 10 y los 18 años cuando el viaje tuvo lugar. Una vez rellenos, los hijos devolvieron los cuestionarios a los respectivos tutores de su centro educativo, los cuales, de forma altruista, han colaborado en esta fase de recogida de datos del estudio.

Se entregaron un total de 1.200 triadas de cuestionarios. Del total de la muestra invitada, las familias que aceptaron participar en el estudio fueron 536. Y finalmente, de estas 536 triadas de encuestas realizadas, se obtuvieron 375 (31,3%) útiles.

La ausencia de respuesta a la realización de la encuesta ha tenido diferentes causas. En 49 casos (4,1%), las parejas, aunque entregaron las encuestas, indicaron que nunca habían estado fuera de su casa más de tres días. Por otro lado, 48 (4%) estaban formadas por familias monoparentales que también entregaron la encuesta, pero completada solamente por el miembro de la pareja y el hijo que convivían juntos de forma regular. En 6 ocasiones (0,5%) la encuesta estaba completada por la pareja, pero no se incluyó la respuesta del hijo. En ninguno de estos casos los individuos encuestados forman parte de nuestra población objeto de estudio. Finalmente, 58 (4,83%) se consideraron inválidos por diversas razones, siendo la más frecuente las incongruencias entre las respuestas de cada uno de los miembros.

El hecho de que no se recogieran 664 cuestionarios entregados (55,33%) es un problema difícilmente subsanable que puede implicar, en principio, algún tipo de sesgo. En este caso se trataría de lo que se denomina “errores ajenos al muestreo”, que son principalmente el error de cobertura y la ausencia de respuesta (Azorín y Sánchez-Crespo, 1986). Sin embargo, las observaciones hechas por los tutores de los centros educativos encargados de recogerlas hacen suponer que la falta de colaboración se ha debido a una cuestión de



desidia por parte de padres y/o hijos, lo que no tiene por qué provocar ningún tipo de sesgo sistemático, que sería el más problemático.

Para analizar si la muestra era susceptible de representar a la población objeto de estudio se recurrió a los datos publicados por Familitur. En esta encuesta se estudia el perfil socio-demográfico de los hogares residentes en España que viajan, tomando como variables influyentes las relativas a la composición del hogar, la situación laboral de los integrantes, el nivel de estudios del cabeza de familia<sup>3</sup> y la disponibilidad de una segunda vivienda (Informe Anual 2012, Familitur).

Dado que el nivel de estudios ha sido una variable utilizada en gran cantidad de publicaciones como un factor determinante de las diferentes estructuras de las decisiones vacacionales (Barlés *et al.*, 2010; 2013a; Flurry, 2007; Jenkins, 1979; Martínez y Polo, 1999b; Myers y Moncrief, 1978; Nichols y Snepenger, 1988; Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998), y es objetivamente medible y más estable que la situación laboral de los miembros de la pareja, se ha utilizado para la comparación de los datos poblacionales con los de la muestra. Para ello se envió un correo electrónico a Turespaña en el que se pedía que indicasen cómo se distribuía la proporción de familias que viajan con hijos de edades entre 10 y 18 años en función del nivel educativo. Su respuesta reflejó los datos presentados en la tabla 4.3.

---

<sup>3</sup> El Instituto de Estudios Turísticos considera cabeza de familia al que la misma designe como tal.



**Tabla 4.3.** Nivel de estudios del cabeza de familia para hogares viajeros con hijos entre 10 y 18 años (Año 2014)

Nivel de estudios	Individuos
No sabe leer ni escribir	
Sin estudios	
Primer grado	152.766
2º grado, 1º ciclo: Grad. Escolar, EGB 2º, 1º y 2º ESO, 14 años	629.253
2º grado, 2º ciclo: FP1 y 2, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, COU, PREU, 1º Y 2º Bachillerato, 18 años)	813.476
3º grado, 1º ciclo: Diplomados universitarios	179.088
3º grado, 2º ciclo: Licenciados, superiores, etc.	372.376
Total	<b>2.176.462</b>

Fuente: Turespaña

Al comparar las proporciones según el nivel de estudios del cabeza de familia en función de los datos facilitados por el Instituto de Turismo de España con los de la población encuestada en este trabajo (tabla 5.6), según el test de la U de Mann-Whitney, no se hallan diferencias entre el nivel de estudios de la población con la muestra de los hombres ( $p=0,9276$ ) ni con la de mujeres ( $p=0,3831$ ). Por tanto, se puede considerar que la muestra es representativa de la población objeto de estudio.

El tamaño de la muestra elegido va estrechamente unido a su representatividad. Si se utiliza la estimación estadística del tamaño muestral, en el supuesto de muestreo aleatorio simple, considerando los 375 cuestionarios válidos y el 95% como nivel de confianza más generalizado, es decir, un error de estimación máximo asumible de un 5%, se puede calcular el tamaño muestral necesario para asumir aproximadamente ese error. Al tratarse de una población infinita en la que existe un porcentaje de elementos que posee una característica, lo que se denomina estrato, la fórmula a aplicar sería (Sierra, 1998):

$$e = \sqrt{\frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{375}} = \pm 5,06\%$$

Dado que se aproxima al error del 5%, se considera un tamaño muestral adecuado, pese a haber utilizado una técnica de muestreo por conveniencia.

A todo esto se le añade el hecho de que, comparado con estudios sobre la materia que recogieron las respuestas de hombres y mujeres, el tamaño de la muestra de este trabajo es superior a la de publicaciones de referencia, que analizaron un rango de parejas que va desde las 60 estudiadas por Bonfield (1978) hasta las 300 de la muestra de las publicaciones de Barlés *et al.* (2013a; 2013b). En resumen, se puede afirmar que se trata de una muestra suficientemente proporcionada y representativa, que permitirá obtener resultados significativos. De forma resumida, se muestra en la tabla 4.4 la información más relevante concerniente a la encuesta.

**Tabla 4.4.** Ficha técnica de la muestra

FICHA TÉCNICA	
ÁMBITO	Regional
UNIVERSO	Parejas que realizan un viaje vacacional con hijos de edades entre 10 y 18 años
TAMAÑO DE LA MUESTRA	<b>Diseñada:</b> 1.200 triadas de padres e hijos <b>Recibidas:</b> 536 triadas de padres e hijos <b>Válidas:</b> 375 triadas de padres e hijos
MUESTREO	Por conveniencia
PUNTOS DE MUESTREO	Centros educativos de las provincias de Málaga y Córdoba
TRABAJO DE CAMPO	La investigadora principal con la colaboración de los tutores de los centros educativos
ERROR MUESTRAL	El error de muestreo es de $\pm 5,06\%$ en el supuesto de un muestreo aleatorio simple
FECHA DE REALIZACIÓN	De marzo a mayo de 2015

## **6. METODOLOGÍA ESTADÍSTICA**

La orientación generalista de este trabajo implica que, más que de una única técnica compleja, se deba hablar de técnicas específicas, que proporcionen respuestas directas a cada uno de los sub-objetivos planteados, y cubrir así todas las facetas consideradas del papel de la pareja en la TDVF. A su vez, la elección estas metodologías viene condicionada por los tipos de datos aportados por la muestra. El mapa de técnicas utilizadas se refleja en la tabla 4.5.

Como puede observarse, para la identificación de los roles ejercidos por los miembros de la pareja se utilizará un análisis de frecuencias con el objetivo de determinar qué estructuras de decisión (marido-dominante, esposa-dominante o conjunta) predominan sobre las demás. Para la comparación de las etapas del proceso y de las sub-decisiones según los roles ejercidos por la pareja se recurrirá a una representación gráfica denominada "triángulo de viabilidad" (*feasibility triangle*). Se trata de un método conceptual y analítico comúnmente aceptado en el análisis de los roles de la pareja en la toma de decisiones de compra familiares (Davis y Rigaux, 1974; Xia *et al.*, 2006).

Cada etapa del proceso de TDVF, o cada su-bdecisión, se posiciona en un gráfico de dos ejes. El vertical mide una escala de influencia relativa entre el hombre y la mujer. Para medirla se ha codificado como 1 la influencia del hombre, como 2 la conjunta y como 3 la de la mujer. Así, una etapa representada a la altura del valor 1 representaría que está totalmente dominada por el hombre y a la altura del valor 3 indicaría que está dominada totalmente por la mujer. No obstante, un valor de 2 puede significar o bien una completa ausencia de especialización de roles en la que la decisión ha sido conjunta, o bien que la decisión ha sido marido-dominante en un 50% de las familias y esposa-dominante en el otro 50%. De hecho, cualquier porcentaje de familias que tome la decisión conjuntamente combinado con la otra parte en la que la decisión se reparta a partes iguales entre las decisiones marido-dominantes y esposa-dominantes también arrojaría una media de 2. Por eso, el segundo eje,



el horizontal, es una escala que mide la cantidad de respuestas que indican que la decisión es totalmente conjunta. Según este eje se considerará una decisión conjunta cuando supere el 50% de las respuestas.

Por otro lado, también se comparará la proporción de parejas que adoptaron las decisiones conjuntamente y las que lo hicieron de forma autónoma, para lo que se aplicará la prueba Z de comparación de proporciones, que permite establecer si existen diferencias significativas entre ellas y si, por tanto, se justifica que cada etapa y cada sub-decisión se analicen por separado.

La técnica escogida para identificar las variables explicativas de la estructura de la decisión ha sido la regresión logística binaria. Al tratarse de variables categóricas, este análisis permite conocer su efecto de forma ajustada, es decir, teniendo en cuenta todas las variables analizadas (Aguayo, 2007; Aguayo y Lora, 2007). La amplia utilización de estos modelos en las ciencias sociales responde: a su facilidad para determinar la existencia o ausencia de relación entre una o más variables independientes "Xn" y una variable dependiente "Y"; a la posibilidad de medir la magnitud de dicha relación; y a estimar o predecir la probabilidad de que se produzca el suceso definido por la variable dependiente (Luque, 2000).

Concretamente, la variable dependiente será la estructura de la decisión en función de quién sea el miembro que ejerce una mayor influencia según las etapas (iniciación, búsqueda y decisión final), y según las sub-decisiones (destino, alojamiento, transporte, presupuesto, fecha, actividades, restaurantes y llevar hijos). Dado que la variable dependiente tiene que ser dicotómica, se aplicará en primer lugar la regresión logística para comparar las decisiones conjuntas *versus* autónomas. Posteriormente, utilizando la sub-muestra de las parejas que decidieron de forma autónoma, se aplicará nuevamente la regresión logística, teniendo esta vez como variable dependiente una estructura de la decisión marido-dominante *versus* esposa-dominante. En ambos análisis, las variables independientes son los factores socio-



demográficos y de comportamiento de viaje que presentan las parejas y que se explican con mayor detalle en el siguiente capítulo de resultados.

Con objeto de completar el estudio mediante regresión logística, se realizarán análisis utilizando tablas de contingencia, comparando cada una de las variables independientes que no reflejen una asociación significativa con la variable dependiente, obteniendo el estadístico Ji cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson, que permitirá determinar la existencia de variables que puedan estar distorsionando los resultados (Aguayo, 2007; Aguayo y Lora, 2007).

Para la interpretación de la regresión logística se utilizan tablas en las que se muestran los coeficientes estimados de las variables independientes, el error estándar, el valor del estadístico de Wald y su significación y, por último, el valor de e elevado al coeficiente o Exp ( $\beta$ ). Este último valor es la *odds-ratio* (en adelante OR), o razón de oportunidades, y mide cuántas veces es más probable que suceda un evento en función de que una variable adquiera un valor u otro, manteniendo el resto de variables constantes. La OR también se puede extraer en el análisis de las tablas de contingencia.

Para identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo se utilizará la segmentación jerárquica, también conocida como técnica de árboles. Es una técnica que se incluye dentro de los métodos multivariantes de dependencia, puesto que hace distinción entre variables explicativas y variables a explicar. Se trata de un conjunto de algoritmos que se ha utilizado tradicionalmente en el ámbito de la investigación de mercados para el análisis, entre otras muchas variables, de la satisfacción (Luque, 2000). En concreto, se utiliza el algoritmo CHAID (*Chi-Squared Automatic Interaction Detection*) que requiere una variable dependiente categórica (en este caso la satisfacción con el destino) y varias variables independientes o predictivas que, combinadas, permiten identificar segmentos (Berlanga, Rubio y Vilà, 2013). El algoritmo deja de hacer divisiones entre los grupos si no encuentra diferencias significativas entre las variables que caracterizan a los integrantes.



La razón de utilizar esta técnica es que el objetivo que se busca no se limita simplemente a describir grupos, como haría un análisis *cluster*, ya que no propicia que se obtengan los grupos en función de determinados criterios. Con la segmentación jerárquica se pretende obtener segmentos que vengan definidos explícitamente por combinaciones de variables independientes predictivas.

En otro orden de cosas, dentro de la investigación del consenso en la percepción que tienen tanto hombres como mujeres, Kang y Hsu (2005) indicaron que se pueden utilizar dos enfoques: agregado y por parejas. A un nivel agregado, el consenso entre los miembros de la pareja se compara tomando los totales de la muestra estudiada para cada género. En este sentido, estos autores apuntaron que no solamente se debería examinar el consenso agregado sino también el consenso entre los miembros de la pareja, dado que es un análisis más rico en el que se ponen de manifiesto las diferencias entre los miembros de una misma pareja.

Siguiendo sus recomendaciones, en esta Tesis se presenta el estudio del consenso diádico utilizando ambos enfoques. Para analizarlo a nivel agregado se utilizará el estadístico Ji cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson a partir de tablas de contingencia, en las que una de las variables es el sexo y la otra es aquella sobre la que se quiere comparar la concordancia entre géneros (estructura de la decisión según la influencia ejercida, aparición de conflicto y táctica de resolución empleada), con el objetivo de identificar si existen diferencias de percepción de estas últimas según el sexo del encuestado.

Por otro lado, para analizar el consenso a nivel de pareja, es decir, comparando las respuestas de cada individuo con su pareja, además de presentar los porcentajes de parejas con acuerdo y desacuerdo entre ellos, tal y como viene siendo habitual por los investigadores (Bronner y de Hoog, 2008; Burns, 1977; Davis y Rigaux, 1974; White y Johnson, 2001), se utilizará el índice kappa de Cohen, que es más exigente que los simples porcentajes. Este índice mide el acuerdo entre dos observadores en sus correspondientes

clasificaciones de "N" elementos en "C" categorías mutuamente excluyentes. Determina hasta qué punto la concordancia observada es superior a la que es esperable obtener por puro azar (López y Pita, 2001). Según el criterio de López y Pita (2001), que es el que se seguirá, un índice entre 0, y 0,2 indica una ínfima concordancia; entre 0,2 y 0,4 es escasa; entre 0,4 y 0,6 es moderada, entre 0,6 y 0,8 es buena y entre 0,8 y 1 se considera muy buena.

No obstante, hay que ser cautos a la hora de interpretar los resultados que este índice arroja ya que, entre sus limitaciones se encuentra la paradoja de que pese a observar valores altos de acuerdo entre las respuestas de los encuestados, el índice kappa puede presentar valores bajos que indiquen lo contrario. Esta paradoja fue descrita por Feinstein y Cicchetti (1990) quienes explicaron que sucede esto porque si un fenómeno ocurre con mayor frecuencia, la posibilidad de que el índice atribuya la concordancia al azar es muy alta, lo que puede llevar a un índice kappa bajo. Es decir, para un valor fijo del acuerdo observado, la magnitud de kappa depende de la prevalencia del fenómeno estudiado.

Todos los análisis realizados, salvo para los casos en los que se comparan respuestas y características entre ambos sexos, se llevarán a cabo utilizando dos muestras, es decir, se obtendrán resultados según la muestra de hombres (en adelante s.m.h.) y según la muestra de mujeres (en adelante s.m.m.), para no tener que confiar en un único punto de vista. Obviamente, en el caso de la comparación por sexos los resultados son únicos al tener que considerar conjuntamente las dos muestras.

**Tabla 4.5.** Principales metodologías utilizadas

SUB-OBJETIVO	PLANTEAMIENTO	TIPO DE VARIABLES	TÉCNICA METODOLÓGICA
<b>Sub-objetivo CE1.1.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las etapas del proceso	Análisis descriptivo	Categóricas	Análisis de frecuencias
<b>Sub-objetivo CE1.2.:</b> Comparar las etapas del proceso de TDVF según los roles de los miembros de la pareja	Análisis descriptivo	Númerica (proporciones)	Triángulo de viabilidad y prueba Z de comparación de proporciones
<b>Sub-objetivo CE1.3.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las sub-decisiones	Análisis descriptivo	Categóricas	Análisis de frecuencias
<b>Sub-objetivo CE1.4.:</b> Comparar las sub-decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja	Análisis descriptivo	Númerica (proporciones)	Triángulo de viabilidad y prueba Z de comparación de proporciones
<b>Sub-objetivo CE2.1.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las etapas del proceso	Análisis causal	Categóricas	Regresión logística binaria
<b>Sub-objetivo CE2.2.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las sub-decisiones	Análisis causal	Categóricas	Regresión logística binaria
<b>Sub-objetivo CE2.3.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las etapas del proceso	Análisis causal	Categóricas	Regresión logística binaria
<b>Sub-objetivo CE2.4.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las sub-decisiones	Análisis causal	Categóricas	Regresión logística binaria
<b>Sub-objetivo CE3.1.:</b> Identificar la aparición de conflicto en el proceso de elección de las sub-decisiones de las vacaciones familiares	Análisis descriptivo	Categóricas	Análisis de frecuencias
<b>Sub-objetivo CE3.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con la aparición de conflicto entre la pareja según las sub-decisiones	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson a partir de tablas de contingencia
<b>Sub-objetivo CE3.3.:</b> Identificar el grado de conflicto en la elección del destino	Análisis descriptivo	Categóricas / Ordinales	Análisis de frecuencias
<b>Sub-objetivo CE3.4.:</b> Identificar las tácticas de resolución de conflicto empleadas por las parejas en el proceso de TDVF	Análisis descriptivo	Categóricas	Análisis de frecuencias
<b>Sub-objetivo CE3.5.:</b> Identificar las variables relacionadas con las tácticas de resolución de conflictos empleadas por las parejas en la TDVF	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ de Pearson) a partir de tablas de contingencia

**Tabla 4.5 (Cont.). Principales metodologías utilizadas**

SUB-OBJETIVO	PLANTEAMIENTO	TIPO DE VARIABLES	TÉCNICA METODOLÓGICA
<b>Sub-objetivo CE4.1.:</b> Determinar la satisfacción de las parejas con el destino de las vacaciones familiares	Análisis descriptivo	Categóricas / Ordinales	Análisis de frecuencias
<b>Sub-objetivo CE4.2.:</b> Comparar la satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson a partir de tablas de contingencia
<b>Sub-objetivo CE4.3.:</b> Identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo	Análisis causal	Categóricas	Segmentación jerárquica
<b>Sub-objetivo CO.1.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas, a nivel agregado y de pareja	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson, análisis de frecuencias e Índice kappa de Cohen
<b>Sub-objetivo CO.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson a partir de tablas de contingencia
<b>Sub-objetivo CO.3.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones, a nivel agregado y de pareja	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson, análisis de frecuencias e Índice kappa de Cohen
<b>Sub-objetivo CO.4.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ de Pearson) a partir de tablas de contingencia
<b>Sub-objetivo CO.5.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la aparición de conflicto, a nivel agregado y de pareja	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson, análisis de frecuencias e Índice kappa
<b>Sub-objetivo CO.6.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la aparición de conflicto	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson a partir de tablas de contingencia
<b>Sub-objetivo CO.7.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada, a nivel agregado y de pareja	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson, análisis de frecuencias e Índice kappa de Cohen
<b>Sub-objetivo CO.8.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada	Análisis descriptivo	Categóricas	Ji-cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson a partir de tablas de contingencia

Aparte del análisis de frecuencias, presente a lo largo de todo el trabajo, y de la representación gráfica de los triángulos de viabilidad, se detallan a continuación, de una forma más pormenorizada, aquellas pruebas estadísticas aplicadas en este trabajo:

### **A. VARIABLES CUANTITATIVAS**

En la comparación de las variables cuantitativas, que son escasas en este estudio, se ha utilizado:

#### **a) Test de la $t$ de Student:**

- Edad entre ambos sexos.
- Nivel de satisfacción con el destino entre sexos

### **B. VARIABLES CATEGÓRICAS**

En el análisis de datos categóricos se ha determinado:

#### **a) Ji cuadrado ( $\chi^2$ ) de Pearson:**

- Relación entre cada una de las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje, actuando como variables independientes, que no reflejan una relación significativa con la variable dependiente cuando se aplica un análisis de regresión logística binaria.
- Consenso entre sexos en la percepción de la influencia relativa según las etapas del proceso de TDVF.
- Consenso entre sexos en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Relación entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje y el consenso en la percepción de la

influencia relativa para cada una de las etapas del proceso de TDVF.

- Relación entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje y el consenso en la percepción de la influencia relativa para cada una de las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Relación entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje y la aparición de conflicto en las diferentes sub-decisiones.
- Consenso entre sexos en la percepción de la aparición de conflictos en las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Relación entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje y el consenso en la percepción de la aparición de conflicto para cada una de las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Relación entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje y la utilización de las técnicas de resolución de conflictos en las diferentes sub-decisiones.
- Consenso entre sexos en la percepción de la táctica de influencia empleada para la resolución de conflictos surgidos en la TDVF.
- Relación entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje y el consenso en la táctica de resolución de conflictos empleada por las parejas en la TDVF.
- Relación entre cada una de las variables relativas al destino y su proceso de decisión y la satisfacción con el mismo cuando no aparecieron como variables discriminantes en la segmentación jerárquica.



- Relación entre las variables socio-demográficas y los segmentos accionables en función de la segmentación jerárquica.

**b) Prueba Z de comparación de proporciones**

- Diferencia entre sexos de la percepción de la influencia en las etapas del proceso de TDVF.
- Diferencia entre sexos de la percepción de la influencia en las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Diferencia entre la proporción de parejas que tomaron la decisión conjunta vs autónoma comparando por pares las etapas del proceso de TDVF.
- Diferencia entre la proporción de parejas que tomaron decisión conjunta vs autónoma comparando por pares las sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Diferencia entre sexos de la percepción de la táctica de resolución de conflictos más empleada por la pareja en la TDVF.
- Diferencia en la satisfacción con el destino según el sexo por parejas.

**c) Odds-ratio:**

- Diferencias de la situación laboral según el sexo.
- Diferencias de la situación laboral entre los miembros de la pareja.
- Comparación entre las etapas del proceso cuando son conjuntas o autónomas y las variables que les afectan.
- Comparación entre las sub-decisiones de las vacaciones cuando son conjuntas o autónomas y las variables que les afectan.

- Comparación entre las etapas del proceso cuando son marido-dominantes y esposa-dominantes y las variables que les afectan.
- Comparación entre las sub-decisiones de las vacaciones cuando son marido-dominantes y esposa-dominantes y las variables que les afectan.

**d) Test de la U de Mann-Whitney:**

- Comparación de nivel de estudios poblacional y muestral.
- Nivel de estudios según sexo.

**e) Índice kappa de Cohen:**

- Concordancia entre el nivel de estudios entre la pareja.
- Concordancia en la percepción de la influencia entre hombres y mujeres según las diferentes etapas del proceso de TDVF.
- Concordancia en la percepción de la influencia entre hombres y mujeres según las diferentes sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Concordancia en la percepción de la aparición de conflicto entre hombres y mujeres según las diferentes sub-decisiones de las vacaciones familiares.
- Concordancia en la percepción de las tácticas de resolución de conflictos utilizadas entre hombres y mujeres.

**f) Estadístico exacto de Fisher**

- Relación entre el consenso de los miembros de la pareja en la percepción del conflicto en la sub-decisión de si llevar a los hijos.

**g) Análisis de regresión logística binaria:**

- Relación entre la estructura conjunta vs autónoma de las etapas del proceso y las variables que les afectan.
- Relación entre la estructura conjunta vs autónoma de las sub-decisiones de las vacaciones y las variables que les afectan.
- Relación entre la estructura marido-dominante vs esposa-dominante de las etapas del proceso y las variables que les afectan.
- Relación entre la estructura marido-dominante vs esposa-dominante de las sub-decisiones de las vacaciones y las variables que les afectan.

**h) Segmentación jerárquica:**

- De la satisfacción como variable dependiente según las características del destino y de su proceso de decisión.

Para todo el tratamiento estadístico la principal herramienta estadística empleada ha sido el programa SPSS 19.0 en su versión para Windows.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **PARTE III: RESULTADOS Y CONCLUSIONES**

### **CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS**

#### **DE LOS RESULTADOS**

---





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## **1. ESQUEMA DE PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Este capítulo recoge los resultados obtenidos en el trabajo empírico. Para comenzar, se presenta un examen descriptivo donde se resume el perfil de las parejas encuestadas, mostrando las características que interesan para los objetivos propuestos, realizando además una comparación entre los datos de los miembros de una misma pareja. Igualmente, se describen aquellas características que ambos comparten como pareja, tanto a nivel socio-demográfico como de comportamiento de viaje.

Una vez realizado este análisis descriptivo se desarrollarán los procedimientos estadísticos expuestos en el capítulo anterior, dependiendo del objetivo que se quiera alcanzar en cada uno de los apartados.

A lo largo de todo el trabajo se evalúa el consenso existente entre las respuestas de las parejas, por lo que este objetivo, que constituye lo que se ha denominado "objetivo específico complementario", se va a ir presentando de forma paralela y recurrente según sea el aspecto del que se quiera medir la concordancia entre percepciones, es decir, de la influencia relativa, de la aparición de conflicto y de las tácticas de resolución empleadas por los miembros de la pareja para la resolución de los conflictos en la TDVF.

En la tabla 5.1 se ofrece un esquema en el que se relacionan los sub-objetivos que se van a tratar con el correspondiente apartado de este capítulo en el que se desarrolla su análisis empírico.

**Tabla 5.1.** Esquema de presentación de los resultados

SUB-OBJETIVO	APARTADO CAPÍTULO 5
<b>Sub-objetivo CE1.1.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las etapas del proceso	3.1.
<b>Sub-objetivo CE1.2.:</b> Comparar las etapas del proceso de TDVF según los roles de los miembros de la pareja	3.2.
<b>Sub-objetivo CE1.3.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las sub-decisiones	3.3.
<b>Sub-objetivo CE1.4.:</b> Comparar las sub-decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja	3.4.
<b>Sub-objetivo CE2.1.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las etapas del proceso	4.1.
<b>Sub-objetivo CE2.2.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las sub-decisiones	4.2.
<b>Sub-objetivo CE2.3.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las etapas del proceso	5.1.
<b>Sub-objetivo CE2.4.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las sub-decisiones	5.2.
<b>Sub-objetivo CE3.1.:</b> Identificar la aparición de conflicto en el proceso de elección de las sub-decisiones de las vacaciones familiares	7.1.
<b>Sub-objetivo CE3.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con la aparición de conflicto entre la pareja según las sub-decisiones	7.2.
<b>Sub-objetivo CE3.3.:</b> Identificar el grado de conflicto en la elección del destino	7.3.
<b>Sub-objetivo CE3.4.:</b> Identificar las tácticas de resolución de conflicto empleadas por las parejas en el proceso de TDVF	7.5.
<b>Sub-objetivo CE3.5.:</b> Identificar las variables relacionadas con las tácticas de resolución de conflictos empleadas por las parejas en la TDVF	7.6.
<b>Sub-objetivo CE4.1.:</b> Determinar la satisfacción de las parejas con el destino de las vacaciones familiares	8.1.
<b>Sub-objetivo CE4.2.:</b> Comparar la satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja	8.2.
<b>Sub-objetivo CE4.3.:</b> Identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo	8.3.
<b>Sub-objetivo CO.1.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas, a nivel agregado y de pareja	6.1.1. (Nivel agregado) 6.2.1. (Nivel de parejas)
<b>Sub-objetivo CO.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas	6.2.2.
<b>Sub-objetivo CO.3.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones, a nivel agregado y de pareja	6.1.2. (Nivel agregado) 6.2.3. (Nivel de parejas)
<b>Sub-objetivo CO.4.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones	6.2.4.
<b>Sub-objetivo CO.5.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la aparición de conflicto, a nivel agregado y de pareja	7.4.1. (Nivel agregado) 7.4.2. (Nivel de parejas)
<b>Sub-objetivo CO.6.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la aparición de conflicto	7.4.3.
<b>Sub-objetivo CO.7.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada, a nivel agregado y de pareja	7.7.1. (Nivel agregado) 7.7.2. (Nivel de parejas)
<b>Sub-objetivo CO.8.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada	7.7.3.



## 2. PERFIL DEL ENCUESTADO

En este apartado se describen las variables elegidas para el estudio del perfil del encuestado, acompañadas de sus correspondientes estadísticos y diferenciadas según el sexo de los participantes.

### 2.1 CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

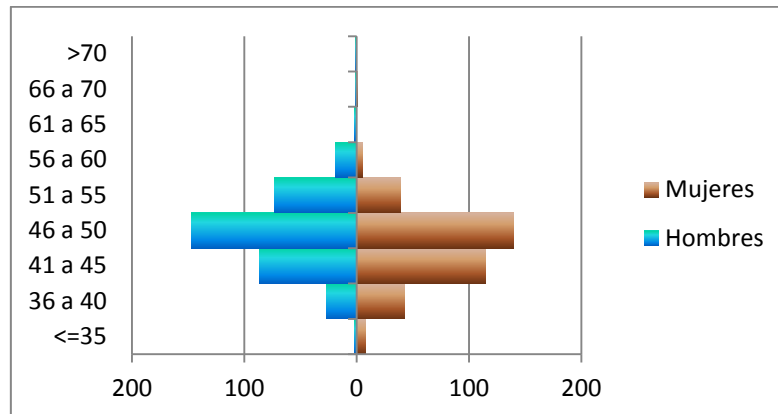
Se presentan los resultados descriptivos en función de la edad, la situación laboral, el nivel de estudios, el tipo de unión y el tiempo de convivencia de la pareja.

#### 2.1.1. EDAD

La edad de la muestra aparece reflejada en la tabla 5.2, mostrando entre sexos diferencias significativas ( $p < 0,001$ ), siendo menor la edad media de las mujeres (45,64 años) respecto a la de los hombres (47,73 años). En la figura 5.1 se observa la pirámide de edad por lustros en ambos sexos.

**Tabla 5.2.** Edad por sexos

Edad	Media (rango)	Varianza	Desviación estándar	Mediana	Moda
Hombres	47,73 (34-74)	28,29	5,32	48	46
Mujeres	45,64 (30-67)	23,24	4,82	46	47
TOTAL	46,69 (30-74)	26,85	5,18	47	46

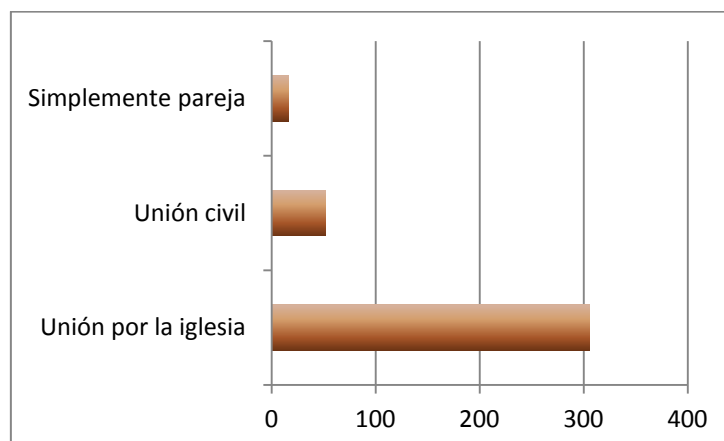
**Figura 5.1. Edad por sexos**


### 2.1.2. TIPO DE UNIÓN

La unión entre las parejas analizadas es mayoritariamente por la iglesia, como se observa en la tabla 5.3 y la figura 5.2.

**Tabla 5.3. Tipo de unión de las parejas**

Tipo de unión	Frecuencia	Porcentaje	IC 95%	
Unión por la iglesia	306	81,82%	77,45%	85,52%
Unión civil	52	13,90%	10,64%	17,92%
Simplemente pareja	16	4,28%	2,55%	7,00%
Total	374	100,00%		

**Figura 5.2. Tipo de unión de las parejas**


### 2.1.3. SITUACIÓN LABORAL

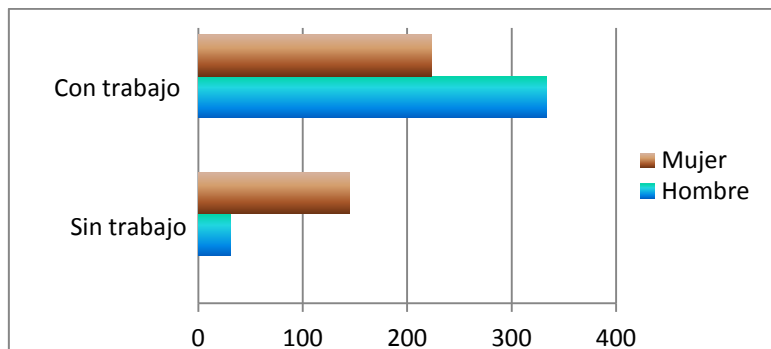
Existen diferencias significativas en la situación laboral según el sexo (tabla 5.4 y figura 5.3), con una OR de 6,98 (IC 95%: 4,57-10,66) de que el hombre trabaje respecto a que lo haga la mujer.

Si se compara la situación laboral entre los miembros de la pareja (tabla 5.5), se observa que el hecho de que un miembro de la pareja trabaje no está relacionado con que el otro lo haga (OR=0,76; IC 95%: 0,34-1,68), aunque en la figura 5.4 se observan las diferencias en la situación laboral de la mujer respecto al hombre. Se han excluido de este análisis aquellas parejas en las que uno de los miembros no contesta.

**Tabla 5.4.** Situación laboral por sexos

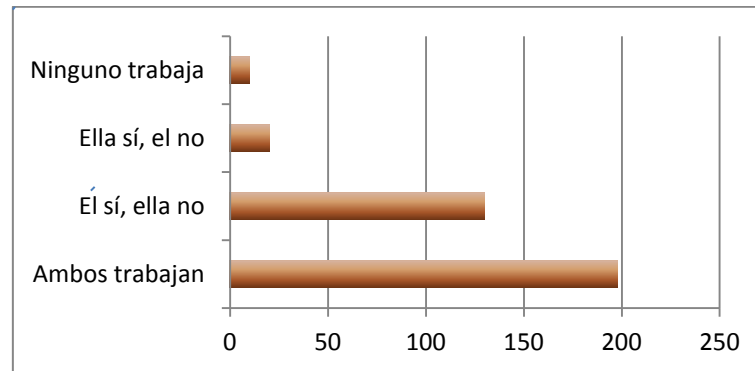
Situación laboral	Hombre	Mujer
No trabaja	31	145
% de la columna	8,52%	39,40%
Trabaja	333	223
% de la columna	91,48%	60,60%
Total	364	368

**Figura 5.3.** Situación laboral por sexos



**Tabla 5.5.** Diferencias de la situación laboral entre la pareja

Situación laboral	Mujer	
	No trabaja	Trabaja
Hombre		
No trabaja	10	20
% de la fila	33,33%	66,67%
Trabaja	130	198
% de la fila	39,63%	60,37%
Total	140	218

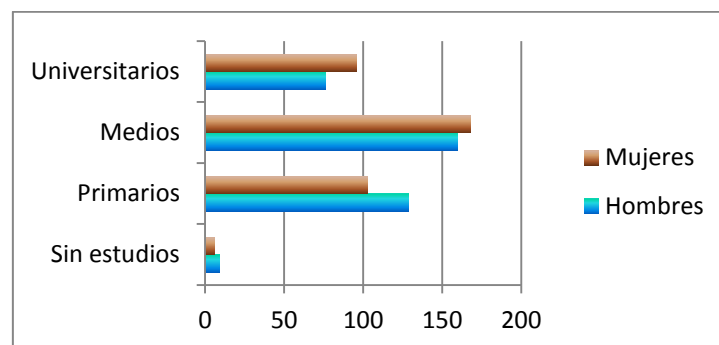
**Figura 5.4.** Diferencias de la situación laboral entre la pareja


#### 2.1.4. NIVEL DE ESTUDIOS

En la tabla 5.6 y en la figura 5.5 se presenta el nivel de estudios diferenciado por sexos, existiendo diferencias significativas entre ambos ( $p=0,015$ ), siendo mayor la proporción de mujeres que de hombres con estudios medios y universitarios.

**Tabla 5.6.** Nivel de estudios por sexos

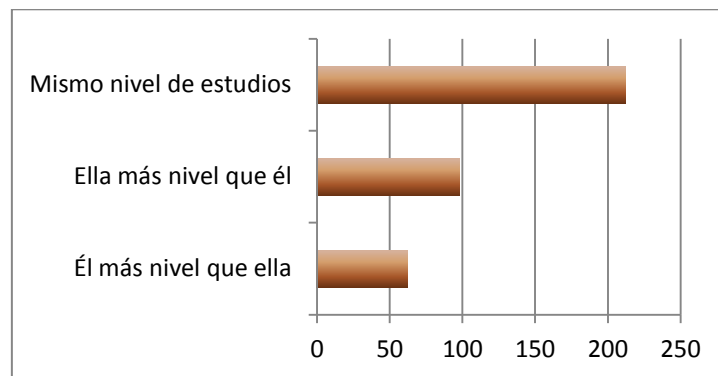
Nivel de estudios	Sin estudios	Primarios	Medios	Universitarios
Hombres	9 (2,4%)	129 (34,5%)	160 (42,8%)	76 (20,3%)
Mujeres	6 (1,6%)	103 (27,6%)	168 (45,0%)	96 (25,7%)
Total	15 (2,0%)	232 (31,1%)	328 (43,9%)	172 (23,0%)

**Figura 5.5.** Nivel de estudios por sexos


Si se compara el nivel de estudios en cada pareja, se obtiene una buena concordancia entre ambos miembros (0,6059; IC 95%: 0,54-0,67), siendo mayor en el caso en el que el nivel de la mujer supera al del hombre (tabla 5.7 y figura 5.6).

**Tabla 5.7.** Diferencia de nivel de estudios entre la pareja

Diferencias de nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje	IC 95%	
Él más nivel que ella	62	16,67%	13,10%	20,94%
Ella más nivel que él	98	26,34%	22,00%	31,19%
Mismo nivel de estudios	212	56,99%	51,78%	62,05%
Total	372	100,00%		

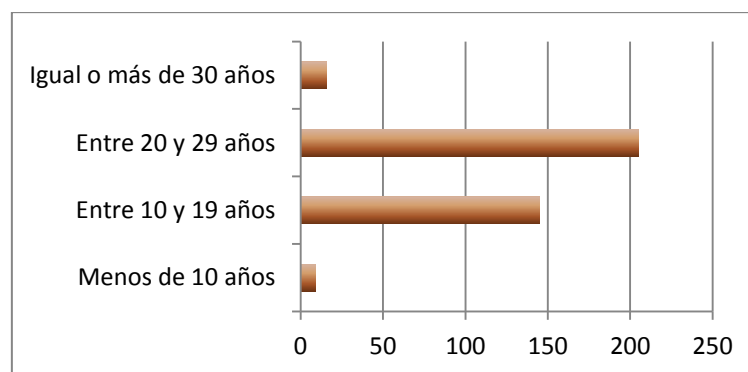
**Figura 5.6.** Diferencia de nivel de estudios entre la pareja


### 2.1.5. TIEMPO DE CONVIVENCIA

En la muestra analizada, el 93,34% de las parejas han convivido en un período que va desde los 10 hasta los 30 años (tabla 5.8 y figura 5.7).

**Tabla 5.8.** Tiempo de convivencia de las parejas

Tiempo de convivencia	Frecuencia	Porcentaje	IC 95%	
Menos de 10 años	9	2,40%	1,18%	4,67%
Entre 10 y 19 años	145	38,67%	33,75%	43,82%
Entre 20 y 29 años	205	54,67%	49,47%	59,76%
Igual o más de 30 años	16	4,27%	2,54%	6,98%
Total	375	100,00%		

**Figura 5.7.** Tiempo de convivencia de las parejas


## 2.2 CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMIENTO DE VIAJE

En este apartado se presentan los resultados descriptivos en función del tipo de destino, motivo del viaje y frecuencia de las vacaciones.

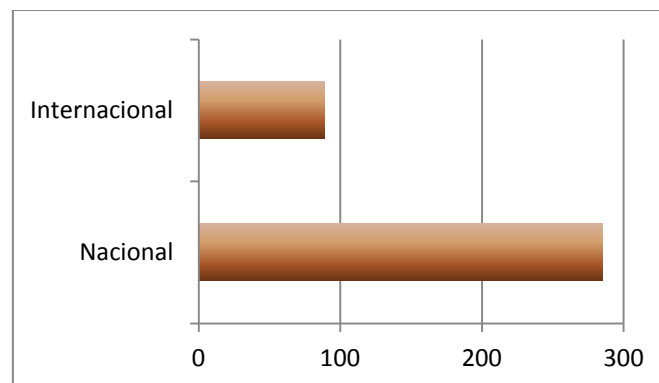
### 2.2.1. TIPO DE DESTINO

En cuanto al tipo de destino reflejado en la tabla 5.9 y en la figura 5.8, se observa que el 76,20% de las familias viajaron a un destino nacional.

**Tabla 5.9.** Tipo de destino de las vacaciones

Destino	Frecuencia	Porcentaje	IC 95%	
Nacional	285	76,20%	71,49%	80,36%
Internacional	89	23,80%	19,64%	28,51%
Total	374	100,00%		

**Figura 5.8.** Tipo de destino de las vacaciones

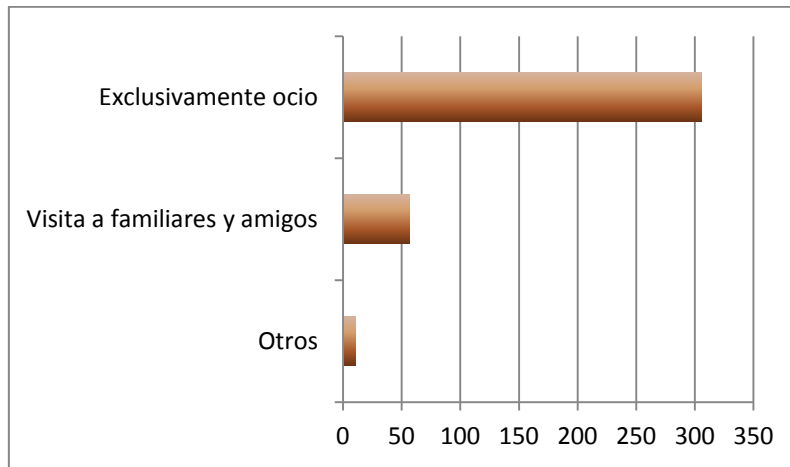


### 2.2.2. MOTIVO DE LAS VACACIONES

La tabla 5.10 y la figura 5.9 ponen de manifiesto que las familias han realizado sus vacaciones exclusivamente por ocio en el 81,82% de los casos.

**Tabla 5.10.** Motivo de las vacaciones

Motivo del viaje	Frecuencia	Porcentaje	IC 95%	
Exclusivamente ocio	306	81,82%	77,45%	85,52%
Visita a familiares y amigos	57	15,24%	11,83%	19,38%
Otros	11	2,94%	1,55%	5,36%
Total	374	100,00%		

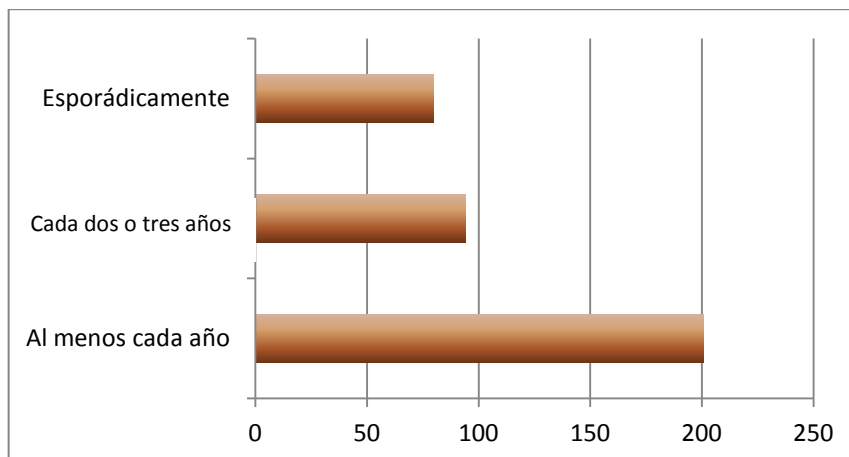
**Figura 5.9.** Motivo principal de las vacaciones


### 2.2.3. FRECUENCIA DE LAS VACACIONES

En la tabla 5.11 y la figura 5.10 se observa que las familias encuestadas han ido de vacaciones con una frecuencia de al menos una vez al año en el 53,6% de los casos, mostrando un porcentaje más pequeño para aquellas que viajan esporádicamente.

**Tabla 5.11:** Frecuencia de las vacaciones

Frecuencia de las vacaciones	Frecuencia	Porcentaje	IC 95%	
Al menos cada año	201	53,60%	48,41%	58,72%
Cada dos o tres años	94	25,07%	20,82%	29,83%
Esporádicamente	80	21,33%	17,37%	25,90%
Total	375	100,00%		

**Figura 5.10.** Frecuencia de las vacaciones


### **3. ROLES DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA EN LA TDVF**

En el análisis que a continuación se presenta, tal y como se indicó en la descripción de la metodología, se ha diferenciado según el sexo de los participantes, dado que la práctica habitual en la TDVF propone que la representación más clara de la respuesta de las familias se consigue separando el análisis de los hombres y de las mujeres (Xia *et al.*, 2006). El objetivo es analizar el tipo de estructura de la decisión distinguiendo entre:

- ✓ **Decisión marido-dominante.** Tomada principalmente por el hombre.
- ✓ **Decisión esposa-dominante.** Tomada principalmente por la mujer.
- ✓ **Decisión conjunta.** Tomada por los dos miembros de la pareja.

Las dos primeras tipologías se engloban dentro de lo que se llaman las **decisiones autónomas**, en las que es principalmente uno de los miembros de la pareja el que toma la decisión, sin especificar exactamente cuál de ellos.

Se realiza el análisis distinguiendo entre las tres etapas del proceso y de las ocho sub-decisiones de las vacaciones familiares.

#### **3.1 ROLES DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA SEGÚN LAS ETAPAS DEL PROCESO DE TDVF**

##### **3.1.1. INICIACIÓN**

En la tabla 5.12 y la figura 5.11 se muestra la percepción de quién fue el iniciador en cada pareja diferenciando entre las respuestas de hombres y de mujeres. La decisión conjunta es la mayoritaria en un 54,57% de las parejas s.m.h. y en un 53,48% s.m.m. Cuando esta fase se realiza de forma autónoma, es decir, principalmente por uno de ellos, hay mayor iniciativa por parte de la mujer que del hombre (21,77% vs 12,37% [ $p=0,001$ ] s.m.h. y 20,59% vs 13,37% [ $p=0,009$ ] s.m.m.). El 11,29% de las

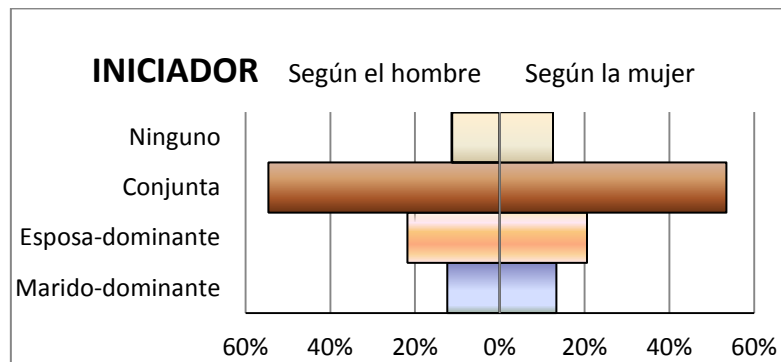


parejas s.m.h. y un 12,57% s.m.m. indicaron que el reconocimiento de la necesidad no lo llevó a cabo ninguno de ellos.

**Tabla 5.12.** Influencia en la etapa de iniciación

INICIADOR	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	46	12,37%	50	13,37%
Esposa-dominante	81	21,77%	77	20,59%
Conjunta	203	54,57%	200	53,48%
Ninguno	42	11,29%	47	12,57%
Total	372		374	

**Figura 5.11.** Influencia en la etapa de iniciación

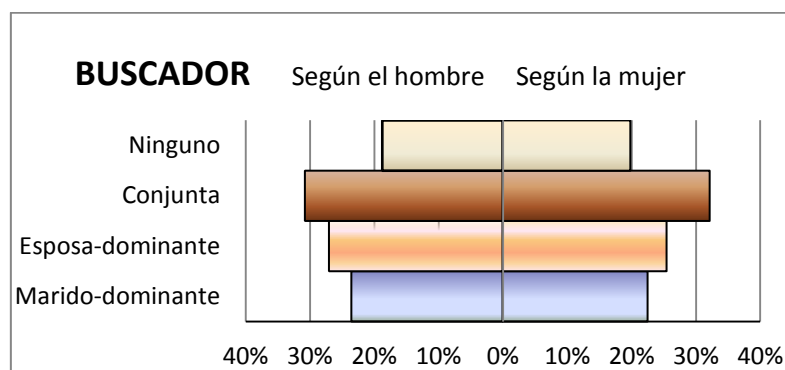


### 3.1.2. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

La fase de búsqueda de información se ha realizado de forma más autónoma que la fase previa (50,54% vs 34,14% s.m.h. y 47,99% vs 33,96 s.m.m.; tabla 5.13 y figura 5.12). Al igual que en la etapa precedente, la mujer ha tenido un papel mayor que el hombre, aunque sin alcanzar diferencias significativas (27,01% vs 23,53% [ $p=0,274$ ] s.m.h. y 25,47% vs 22,52% [ $p=0,346$ ] s.m.m.) en ninguna de las muestras. Las parejas respondieron que ninguno de ellos había realizado búsqueda de información sobre las vacaciones en un 18,72% de los casos s.m.h. y en un 19,84% s.m.m.

**Tabla 5.13.** Influencia en la etapa de búsqueda de información

BUSCADOR	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	88	23,53%	84	22,52%
Esposa-dominante	101	27,01%	95	25,47%
Conjunta	115	30,75%	120	32,17%
Ninguno	70	18,72%	74	19,84%
Total	374		373	

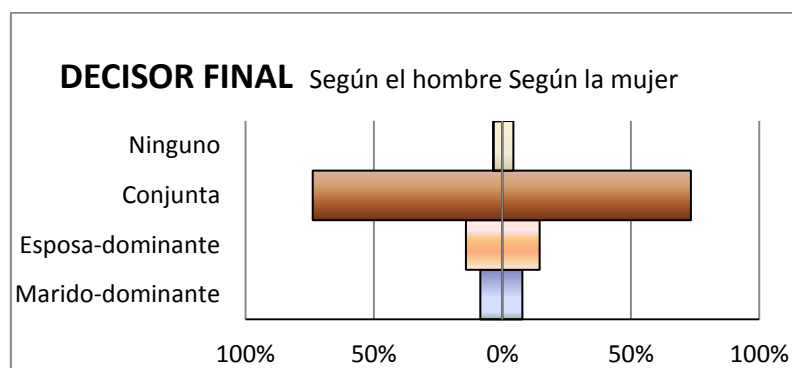
**Figura 5.12.** Influencia en la etapa de búsqueda de información


### 3.1.3. DECISIÓN FINAL

Al igual que en las dos fases anteriores, la decisión conjunta ha sido la dominante (tabla 5.14 y figura 5.13). Esta forma de decidir representó un 73,80% en el caso de los hombres y un 73,39% en el de las mujeres, siendo este un porcentaje superior al de las fases de iniciación y de búsqueda de información. Asimismo, el papel de la mujer ha sido mayor que el del hombre (14,17% vs 8,56% [ $p=0,016$ ] s.m.h. y 14,52% vs 7,80% [ $p=0,004$ ] s.m.m.) cuando la decisión fue tomada por uno de ellos. Únicamente el 3,48% de las parejas s.m.h. y el 4,30% s.m.m. respondieron que ninguno de ellos tomó la decisión final en las vacaciones.

**Tabla 5.14.** Influencia en la etapa de decisión final

DECISOR FINAL	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	32	8,56%	29	7,80%
Esposa-dominante	53	14,17%	54	14,52%
Conjunta	276	73,80%	273	73,39%
Ninguno	13	3,48%	16	4,30%
Total	374		372	

**Figura 5.13.** Influencia en la etapa de decisión final


### 3.1.4. RESUMEN DE LOS ROLES DE LA PAREJA POR ETAPAS

Las etapas de la toma de decisiones se han realizado de forma conjunta en las fases de iniciación y decisión final, sobre todo en este último caso. Por su parte, la fase de búsqueda de información se ha realizado en su mayoría de forma autónoma, siendo discretamente mayor la influencia de la mujer que la del hombre, aunque sin encontrar diferencias significativas. La fase de búsqueda de información presenta el porcentaje de parejas más elevado en los que ninguno influyó en la etapa. Esto puede significar que nadie buscó información o que la buscaron terceras personas. En las otras dos fases, el porcentaje en el que la influencia de la pareja fue nula es menor, fundamentalmente en la etapa de decisión final.

## 3.2 COMPARACIÓN DE LAS ETAPAS DEL PROCESO DE TDVF SEGÚN LOS ROLES DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA

### 3.2.1. TRIÁNGULO DE VIABILIDAD POR ETAPAS

Con el objetivo de comparar la influencia ejercida por los miembros de la pareja según las tres etapas se realiza el denominado triángulo de viabilidad, ya descrito cuando se establecieron las metodologías utilizadas. Para esta representación no se han tenido en cuenta las respuestas en las que los individuos respondieron "ninguno/otros", dado que en esos casos ningún miembro de la pareja ha ejercido influencia y escaparía al concepto que aquí se quiere representar. Los nuevos porcentajes, sin la consideración de estas últimas respuestas, quedan reflejados en las tablas 5.15 y 5.16 y los triángulos de viabilidad según sexos se representan en las figuras 5.14 y 5.15.

**Tabla 5.15.** Influencia en las etapas del proceso de TDVF entre la pareja según el hombre

ETAPA	MD		Conjunta		ED		Media	Varianza	D.E.	TOTAL
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%				
Iniciador	46	13,94%	203	61,52%	81	24,55%	2,1061	0,3747	0,6122	330
Buscador	88	28,95%	115	37,83%	101	33,22%	2,0428	0,6219	0,7886	304
Decisor final	32	8,86%	276	76,45%	53	14,68%	2,0582	0,2327	0,4824	361

MD: Marido-dominante; ED: Esposa-dominante; D.E.: Desviación estándar; Frec.: Frecuencias

**Tabla 5.16.** Influencia en las etapas del proceso de TDVF entre la pareja según la mujer

ETAPA	MD		Conjunta		ED		Media	Varianza	D.E.	TOTAL
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%				
Iniciador	50	15,29%	200	61,16%	77	23,55%	2,0826	0,3827	0,6187	327
Buscador	84	28,09%	120	40,13%	95	31,77%	2,0368	0,5993	0,7742	299
Decisor final	29	8,15%	273	76,69%	54	15,17%	2,0702	0,2289	0,4784	356

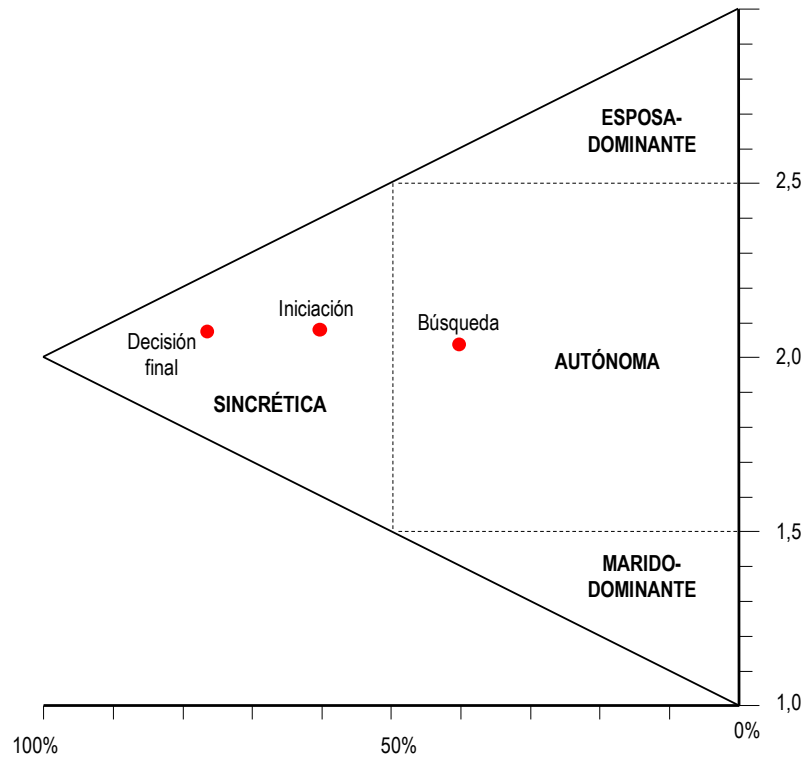
MD: Marido-dominante; ED: Esposa-dominante; D.E.: Desviación estándar; Frec.: Frecuencias

Sin considerar, por tanto, aquellos casos en los que las etapas no fueron llevadas a cabo por los miembros de la pareja, ambas muestras presentan resultados similares entre ellas, de forma que la decisión final es la que se realiza conjuntamente de forma más frecuente, seguida de la etapa de iniciación. No obstante, la etapa de búsqueda, pese a presentar una puntuación cercana al 2 en el eje vertical, es una decisión autónoma. Esto se debe a que las proporciones entre las respuestas que indicaron



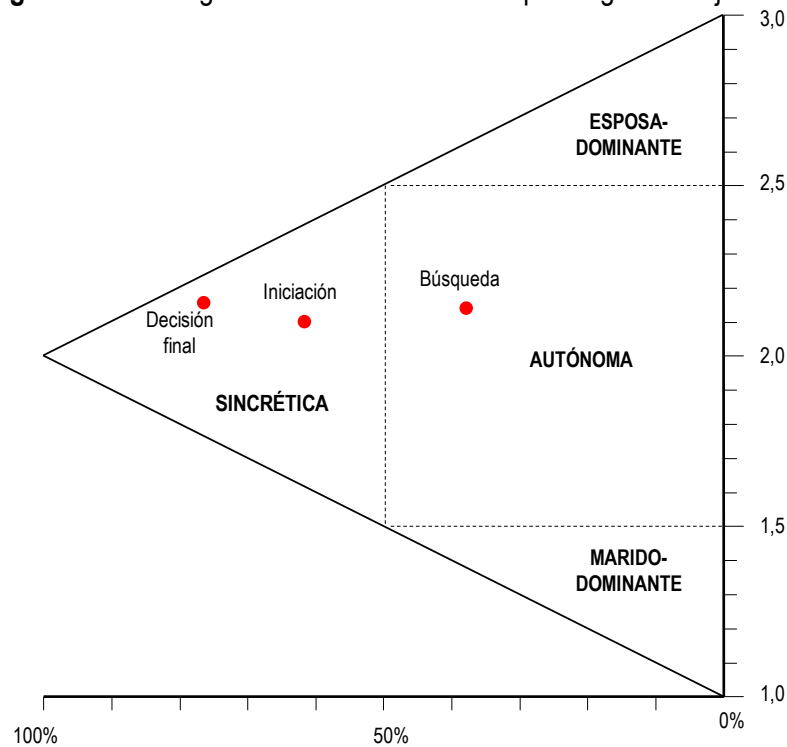
que la búsqueda fue esposa-dominante y marido-dominante son bastante similares entre ellas (28,95% vs 33,22% [ $p=0,255$ ] s.m.h. y 28,09% vs 31,77% [ $p=0,326$ ] s.m.m.) sin presentar diferencias significativas.

**Figura 5.14.** Triángulo de viabilidad de las etapas según el hombre



Fuente: Elaboración propia adaptada de Davis y Rigaux (1974)

**Figura 5.15.** Triángulo de viabilidad de las etapas según la mujer



Fuente: Elaboración propia adaptada de Davis y Rigaux (1974)

### 3.2.2. COMPARACIÓN DE LAS ETAPAS SEGÚN LA PROPORCIÓN DE DECISIONES CONJUNTAS

Con objeto de justificar el estudio por separado de cada fase del proceso de TDVF, se comparan las proporciones en las que la decisión ha sido conjunta, prescindiendo de nuevo de los valores en los que la pareja respondió "ninguno/otros", en cada una de las etapas y se observa que todas presentan diferencias significativas al comparar por pares unas con otras (tabla 5.17). Es decir, todas las etapas presentan proporciones con diferencias significativas de decisión conjunta, tanto para la muestra de hombres como para la de mujeres.

**Tabla 5.17.** Comparación de la proporción de decisiones conjuntas entre etapas

ETAPA	Iniciador	Buscador	Decisor final
Iniciador		$p < 0,001$	$p < 0,001$
Buscador	$p < 0,001$		$p < 0,001$
Decisor final	$p < 0,001$	$p < 0,001$	

Derecha de la diagonal: Muestra de hombres. Izquierda de la diagonal: Muestra de mujeres

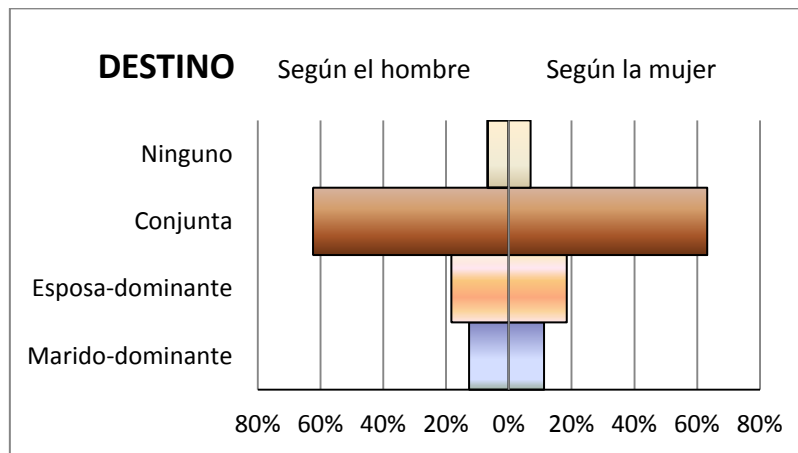
## 3.3 ROLES DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA SEGÚN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

### 3.3.1. DESTINO

En la tabla 5.18 y en la figura 5.16 se muestra la percepción de quién influyó más en la elección del destino según el sexo de los encuestados. La elección de esta sub-decisión se ha realizado en una mayor proporción de forma conjunta (62,37% s.m.h. y 63,27% s.m.m.) y, cuando esta se tomó de forma autónoma, la mujer ha tenido más influencia que el hombre, presentando diferencias significativas (18,28% vs 12,63% [ $p=0,033$ ] s.m.h. y 18,50% vs 11,26% [ $p=0,005$ ] s.m.m.). En el 6,72% y 6,97% de los casos, según hombres y mujeres respectivamente, la pareja no tuvo ninguna influencia en la elección del destino.

**Tabla 5.18.** Influencia en la elección del destino

DESTINO	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	47	12,63%	42	11,26%
Esposa-dominante	68	18,28%	69	18,50%
Conjunta	232	62,37%	236	63,27%
Ninguno	25	6,72%	26	6,97%
Total	372		373	

**Figura 5.16.** Influencia en la elección del destino


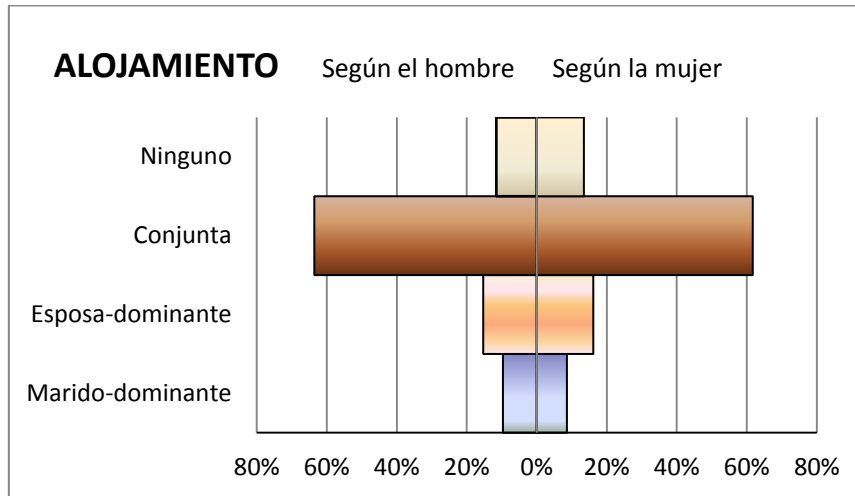
### 3.3.2. ALOJAMIENTO

La elección de esta sub-decisión ha sido principalmente conjunta (63,54% s.m.h. y 61,73% s.m.m.), y en los casos en los que ha sido autónoma, la mujer ha tenido un papel más importante de forma significativa respecto al hombre (15,28% vs 9,65% [ $p=0,020$ ] s.m.h. y 16,17% vs 8,63% [ $p=0,002$ ] s.m.m.; tabla 5.19 y figura 5.17). Por otra parte, el alojamiento no lo escogió ninguno de los miembros en el 11,53% de los casos s.m.h. y en el 13,48% s.m.m.

**Tabla 5.19.** Influencia en la elección del alojamiento

ALOJAMIENTO	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	36	9,65%	32	8,63%
Esposa-dominante	57	15,28%	60	16,17%
Conjunta	237	63,54%	229	61,73%
Ninguno	43	11,53%	50	13,48%
Total	373		371	



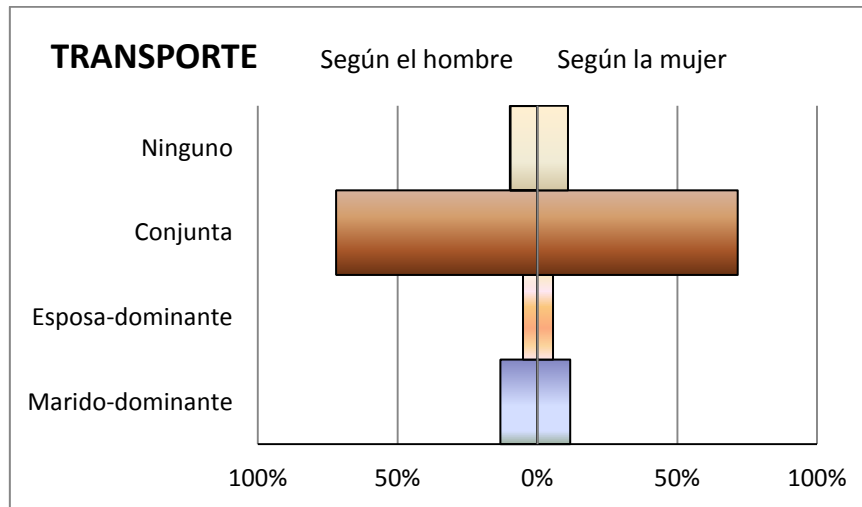
**Figura 5.17.** Influencia en la elección del alojamiento


### 3.3.3. TRANSPORTE

La mayor parte de la determinación de esta sub-decisión ha sido conjunta (71,97% s.m.h. y 71,66% s.m.m.). No obstante, en aquellos casos en los que no lo fue, el papel del hombre ha sido significativamente mayor que el de la mujer (13,21% vs 5,12% [ $p < 0,001$ ] s.m.h. y 11,76% vs 5,61% [ $p = 0,003$ ] s.m.m.; tabla 5.20 y figura 5.18). Según ellos, en el 9,70% de los casos el medio de transporte no fue elegido por ningún miembro de la pareja y, según las mujeres, este porcentaje fue un 10,96%.

**Tabla 5.20.** Influencia en la elección del transporte

TRANSPORTE	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	49	13,21%	44	11,76%
Esposa-dominante	29	5,12%	21	5,61%
Conjunta	267	71,97%	268	71,66%
Ninguno	36	9,70%	41	10,96%
Total	371		374	

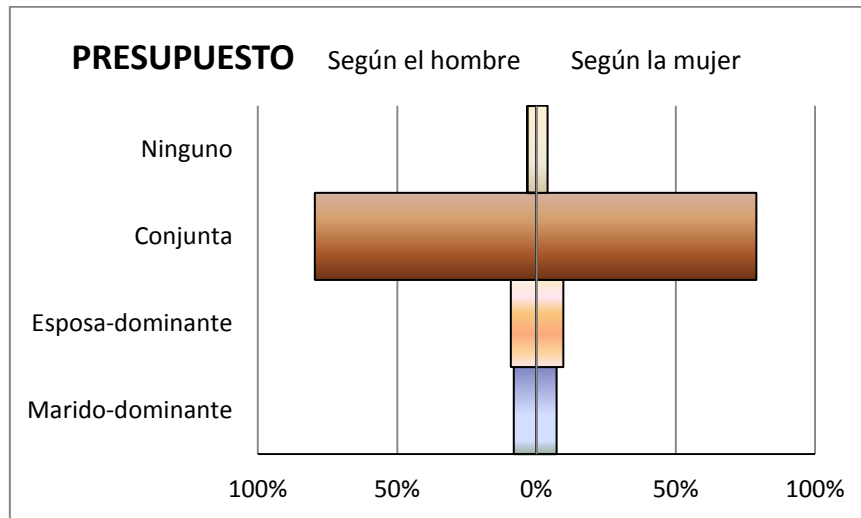
**Figura 5.18.** Influencia en la elección del transporte


### 3.3.4. PRESUPUESTO

Respecto a quién influyó más en el presupuesto de las vacaciones (tabla 5.21 y figura 5.19), como en las sub-decisiones anteriores, la percepción según ambas muestras es que se realizó de forma conjunta (79,51% s.m.h. y 78,98% s.m.m.). Cuando la determinación del mismo fue de forma autónoma, la percepción es que la mujer influyó más que el hombre (9,16% vs 8,09% [ $p=0,601$ ] s.m.h. y 9,70% vs 7,28% [ $p=0,236$ ] s.m.m.), aunque dichas diferencias no son significativas en ninguna de las dos muestras. El porcentaje de casos en los que no fue la pareja la que determinó el presupuesto resultó ser muy pequeño (3,23% s.m.h. y 4,04% s.m.m.).

**Tabla 5.21.** Influencia en la elección del presupuesto

PRESUPUESTO	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	30	8,09%	27	7,28%
Esposa-dominante	34	9,16%	36	9,70%
Conjunta	295	79,51%	293	78,98%
Ninguno	12	3,23%	15	4,04%
Total	371		371	

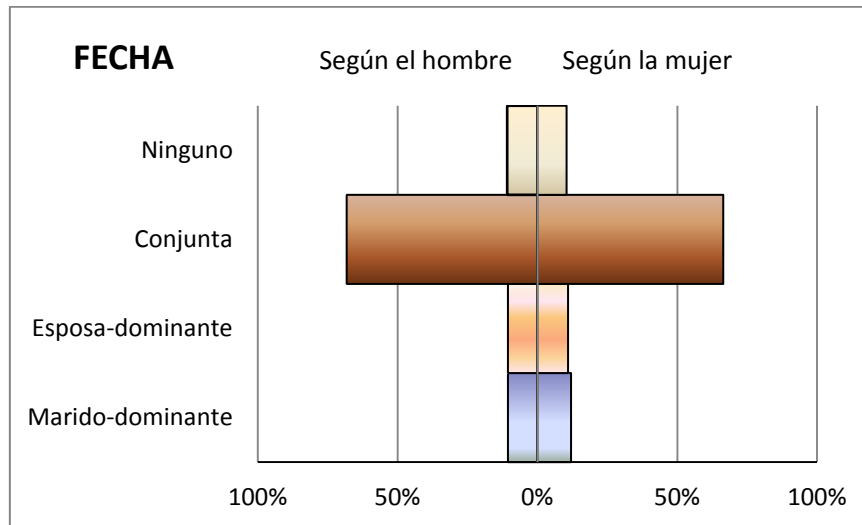
**Figura 5.19.** Influencia en la elección del presupuesto


### 3.3.5. FECHA

Esta sub-decisión se ha tomado en mayor proporción de forma conjunta (68,19% s.m.h. y 66,49% s.m.m.). En los casos para los que no fue así, es el hombre el que ha tenido más influencia que la mujer en un porcentaje ligeramente mayor, aunque según la percepción de las mujeres y sin presentar diferencias significativas (12,06% vs 10,99% [ $p=0,647$ ]; tabla 5.22 y figura 5.20). En un 10,78% según los hombres y un 10,46% según las mujeres, la pareja no eligió la fecha de sus vacaciones.

**Tabla 5.22.** Influencia en la elección de la fecha

FECHA	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	39	10,51%	45	12,06%
Esposa-dominante	39	10,51%	41	10,99%
Conjunta	253	68,19%	248	66,49%
Ninguno	40	10,78%	39	10,46%
Total	371		373	

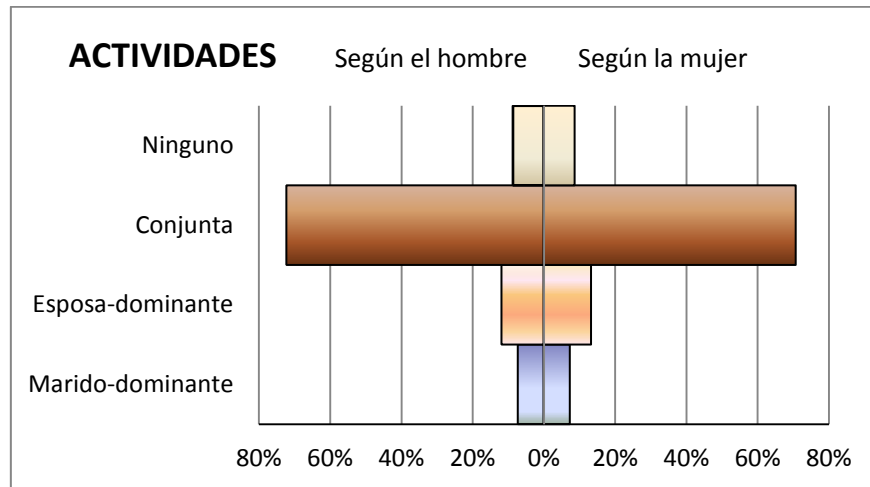
**Figura 5.20.** Influencia en la elección de la fecha


### 3.3.6. ACTIVIDADES

En la tabla 5.23 y en la figura 5.21 se muestra quién influyó más en la elección de las actividades vacacionales siendo una influencia conjunta en el 72,24% de los casos s.m.h. y en el 70,73% s.m.m. La mujer ha tenido un papel más importante que el hombre en aquellos casos en los que esta decisión fue autónoma (11,86% vs 7,28% [ $p=0,034$ ] s.m.h. y 13,28% vs 7,32% [ $p=0,008$ ] s.m.m.). La pareja no tomó esta decisión en el 8,63% y 8,67% según los hombres y las mujeres respectivamente.

**Tabla 5.23.** Influencia en la elección de las actividades

ACTIVIDADES	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	27	7,28%	27	7,32%
Esposa-dominante	44	11,86%	49	13,28%
Conjunta	268	72,24%	261	70,73%
Ninguno	32	8,63%	32	8,67%
Total	371		369	

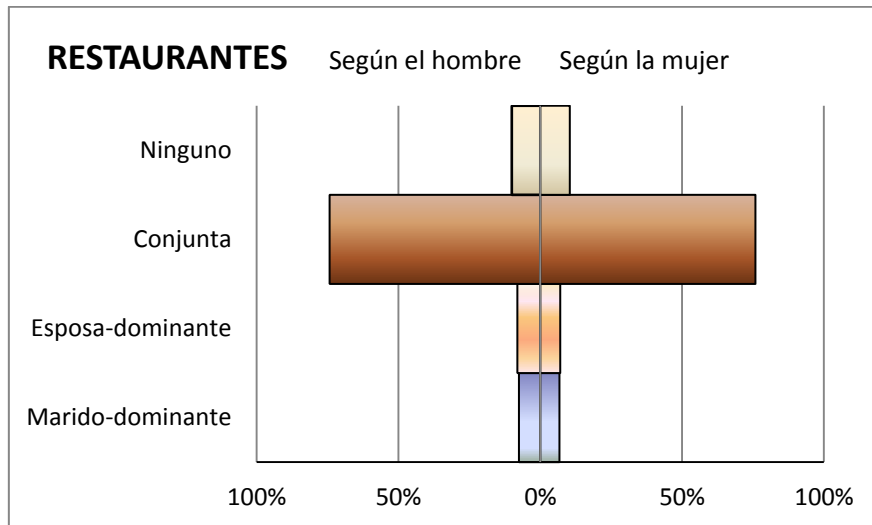
**Figura 5.21.** Influencia en la elección de las actividades


### 3.3.7. RESTAURANTES

La elección de los restaurantes es decidida por los dos miembros de la pareja en un alto porcentaje (74,30% s.m.h. y 75,84% s.m.m.). En los casos en los que se decidió de forma autónoma, hombres y mujeres participaron de ella en una proporción similar (7,54% vs 8,10% [ $p=0,781$ ] s.m.h. y 6,74% vs 7,02% [ $p=0,882$ ] s.m.m.; tabla 5.24 y figura 5.22). En un 10,06% de los casos según los hombres y en un 10,39% según las mujeres, la pareja no tomó la decisión acerca de los restaurantes a los que ir durante las vacaciones.

**Tabla 5.24.** Influencia en la elección de los restaurantes

RESTAURANTES	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	27	7,54%	24	6,74%
Esposa-dominante	29	8,10%	25	7,02%
Conjunta	266	74,30%	270	75,84%
Ninguno	36	10,06%	37	10,39%
Total	358		356	

**Figura 5.22.** Influencia en la elección de los restaurantes


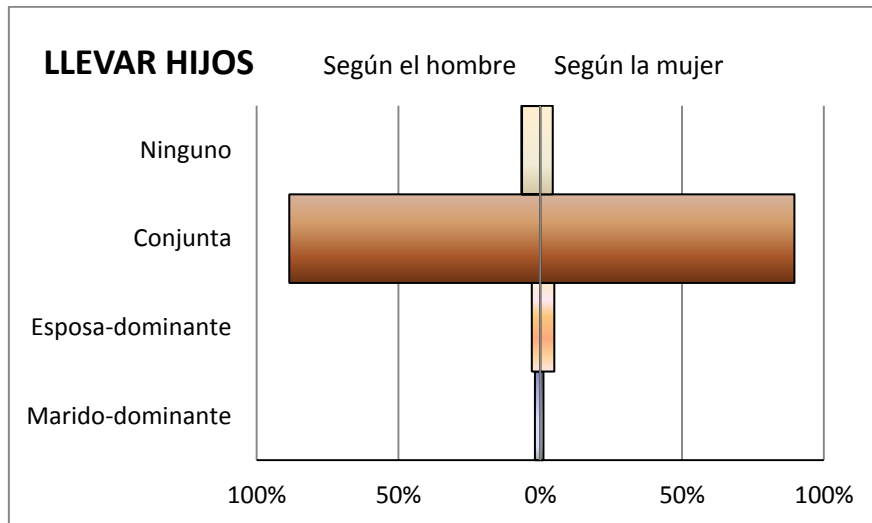
### 3.3.8. LLEVAR A LOS HIJOS

Esta sub-decisión es la que se ha realizado en mayor porcentaje de forma conjunta (88,52% s.m.h. y 89,59% s.m.m.). En los pocos casos en los que se hizo de forma autónoma, la mujer ha influido más que el hombre, aunque solamente según la percepción de los hombres y sin diferencias significativas (3,01% vs 1,91% [ $p=0,340$ ] s.m.h. y 4,93 vs 1,10% [ $p=0,002$ ] s.m.m.; tabla 5.25 y figura 5.23). La frecuencia de casos en los que no fue la pareja la que adoptó esta decisión presenta porcentajes muy bajos (6,56% s.m.h. y 5,47% s.m.m.).

**Tabla 5.25.** Influencia en la decisión de si llevar o no a los hijos

LLEVAR HIJOS	Según el hombre		Según la mujer	
	N	%	N	%
Marido-dominante	7	1,91%	4	1,10%
Esposa-dominante	11	3,01%	18	4,93%
Conjunta	324	88,52%	372	89,59%
Ninguno	24	6,56%	16	4,38%
Total	366		365	

**Figura 5.23.** Influencia en la elección de llevar a los hijos



### 3.3.9. RESUMEN DE LOS ROLES DE LA PAREJA POR SUB-DECISIONES

En resumen, todas las sub-decisiones analizadas se han tomado de forma conjunta, variando entre un 61,73% (sub-decisión "alojamiento" según la percepción de la mujer) y un 89,59% (sub-decisión "llevar a los hijos" según la percepción de la mujer), siendo el destino y el alojamiento las que se han elegido en menor porcentaje de forma conjunta para ambas muestras. Sin embargo, la decisión sobre si llevar o no a los hijos presentó los mayores porcentajes de decisión conjunta también en ambas muestras.

Considerando únicamente las respuestas que indicaron una decisión autónoma por parte de la pareja, se muestra que están dominadas por la mujer, con la excepción del transporte y la fecha, aunque esta última solo según la muestra de las mujeres y sin presentar, además, diferencias significativas.

La elección del alojamiento presentó el mayor porcentaje de casos en los que la pareja no adoptó esa decisión, bien porque no tuvieran que hacerlo, al estar predeterminado, o bien porque lo escogieron terceras personas. Por el contrario, el presupuesto fue el aspecto que tuvo un

menor porcentaje de parejas en las que ninguno de los miembros lo determinó.

### 3.4 COMPARACIÓN DE LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES SEGÚN LOS ROLES DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA

#### 3.4.1. TRIÁNGULO DE VIABILIDAD POR ETAPAS

Procediendo de forma análoga a como se hizo en las etapas del proceso de TDVF, se ha representado el triángulo de viabilidad para las diferentes sub-decisiones según la respuesta de hombres y mujeres (tablas 5.26 y 5.27 y figuras 5.24 y 5.25).

**Tabla 5.26.** Influencia en las sub-decisiones de las vacaciones familiares según el hombre

SUB-DECISIÓN	MD		Conjunta		ED		Media	Varianza	D.E.	TOTAL
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%				
Destino	47	13,54%	232	66,86%	68	19,60%	2,0605	0,3287	0,5733	347
Alojamiento	36	10,91%	237	71,82%	57	17,27%	2,0636	0,2786	0,5278	330
Transporte	49	14,63%	267	79,70%	19	5,67%	1,9104	0,1955	0,4422	335
Presupuesto	30	8,36%	295	82,17%	34	9,47%	2,0111	0,1786	0,4227	359
Fecha	39	11,78%	253	76,44%	39	11,78%	2,0000	0,2364	0,4862	331
Actividades	27	7,96%	268	79,06%	44	12,98%	2,0501	0,2775	0,4556	339
Restaurantes	27	8,39%	266	82,61%	29	9,01%	2,0062	0,1744	0,4176	322
Llevar hijos	7	2,05%	324	94,74%	11	3,22%	2,0117	0,0526	0,2295	342

MD: Marido-dominante; ED: Esposa-dominante; D.E.: Desviación estándar; Frec.: Frecuencias

**Tabla 5.27.** Influencia en las sub-decisiones de las vacaciones familiares según la mujer

SUB-DECISIÓN	MD		Conjunta		ED		Media	Varianza	D.E.	TOTAL
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%				
Destino	42	12,10%	236	68,01%	69	19,88%	2,0778	0,3147	0,561	347
Alojamiento	32	9,97%	229	71,34%	60	18,69%	2,0872	0,2799	0,529	321
Transporte	44	13,21%	268	80,48%	21	6,31%	1,9309	0,1910	0,437	333
Presupuesto	27	7,58%	293	82,30%	36	10,11%	2,0253	0,1768	0,421	356
Fecha	45	13,47%	248	74,25%	41	12,28%	1,9880	0,2581	0,508	334
Actividades	27	8,01%	261	77,45%	49	14,54%	2,0653	0,2219	0,4711	337
Restaurantes	24	7,52%	270	84,64%	25	7,84%	2,0031	0,1541	0,3915	319
Llevar hijos	4	1,15%	327	93,70%	18	5,16%	2,0401	0,0616	0,2482	349

MD: Marido-dominante; ED: Esposa-dominante; D.E.: Desviación estándar; Frec.: Frecuencias

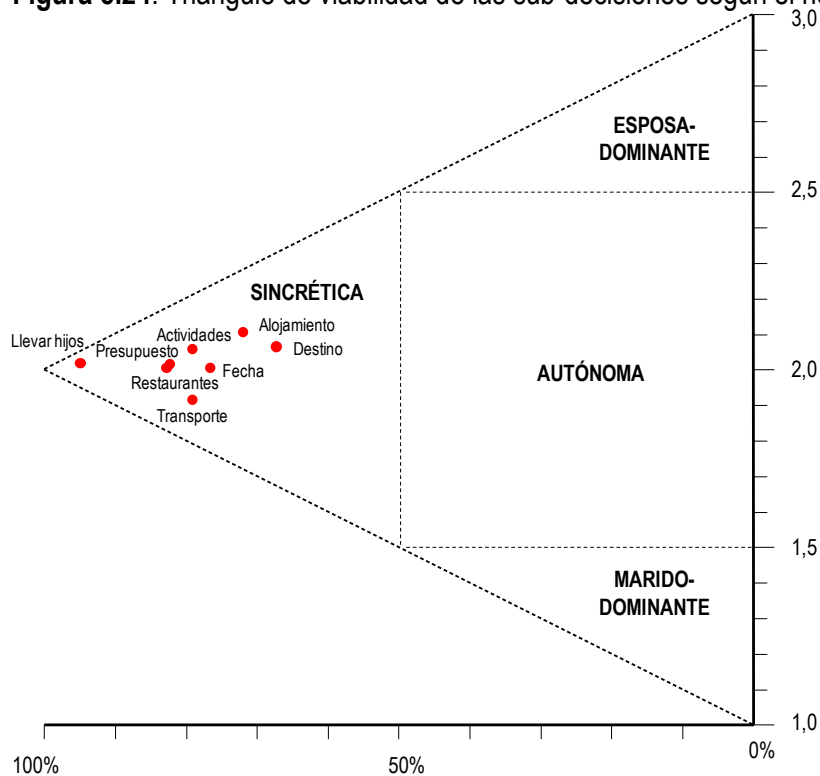
De nuevo, sin considerar los casos en los que ningún miembro de la pareja tomó la decisión, todas la sub-decisiones analizadas tienen una





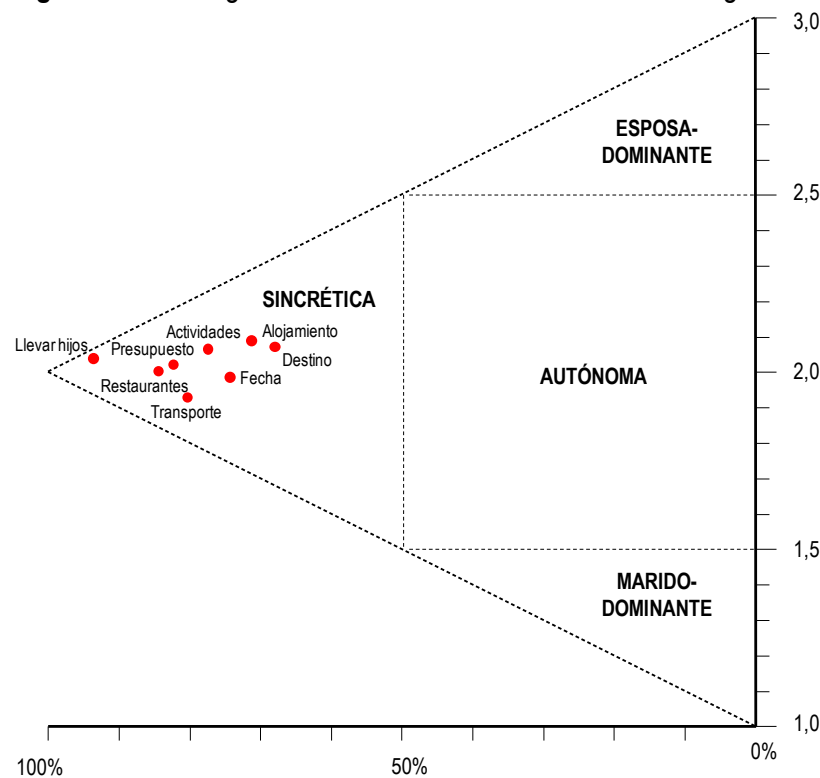
estructura conjunta, destacando la de llevar a los hijos (94,74% s.m.h. y 93,70% s.m.m.), la elección de los restaurantes (82,61% s.m.h. y 84,64% s.m.m.) y la del presupuesto (82,17% s.m.h. y 82,30% s.m.m.). Por otro lado, las que presentan un menor porcentaje de respuestas cuya elección se le calificó como conjunta son el destino (66,86% s.m.h. y 68,01% s.m.m.) y el alojamiento (71,82% s.m.h. y 71,34% s.m.m.).

**Figura 5.24:** Triángulo de viabilidad de las sub-decisiones según el hombre



Fuente: Elaboración propia adaptada de Davis y Rigaux (1974)

**Figura 5.25:** Triángulo de viabilidad de las sub-decisiones según la mujer



Fuente: Elaboración propia adaptada de Davis y Rigaux (1974)

### 3.4.2. COMPARACIÓN DE LAS SUB-DECISIONES SEGÚN LA PROPORCIÓN DE DECISIONES CONJUNTAS

Se justifica el estudio por separado de cada una de las sub-decisiones, ya que al comparar las proporciones en las que la decisión ha sido conjunta en cada una de ellas se observa que en la mayoría de las combinaciones por pares existen diferencias significativas entre ellas, apareciendo sombreadas aquellas que no las presentan (tabla 5.28).

**Tabla 5.27.** Comparación de la proporción de decisiones conjuntas entre sub-decisiones

SUB-DECISIÓN	Destino	Alojamiento	Transporte	Presupuesto	Fecha	Actividades	Restaurantes	Llevar hijos
<b>Destino</b>		p=0,162	p<0,001	p<0,001	p=0,006	p<0,001	p<0,001	p<0,001
<b>Alojamiento</b>	p=0,350		p=0,018	p<0,001	p=0,175	p=0,030	p=0,001	p<0,001
<b>Transporte</b>	p<0,001	p=0,006		p=0,407	p=0,308	p=0,836	p=0,341	p<0,001
<b>Presupuesto</b>	p<0,001	p=0,001	p=0,539		p=0,063	p=0,297	p=0,881	p<0,001
<b>Fecha</b>	p=0,073	p=0,402	p=0,064	p=0,010		p=0,415	p=0,051	p<0,001
<b>Actividades</b>	p=0,006	p=0,072	p=0,336	p=0,111	p=0,333		p=0,247	p<0,001
<b>Restaurantes</b>	p<0,001	p<0,001	p=0,162	p=0,415	p=0,001	p=0,019		p<0,001
<b>Llevar hijos</b>	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001	

Derecha de la diagonal: Muestra de hombres. Izquierda de la diagonal: Muestra de mujeres

## 4. VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN CONJUNTA *VERSUS* AUTÓNOMA DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

El objetivo de esta parte del estudio consiste en analizar la relación existente entre diferentes variables y el hecho de que la estructura de la decisión sea o no conjunta, tanto en las etapas del proceso de TDVF como en las sub-decisiones descritas anteriormente, mediante la técnica de regresión logística binaria.

Las etapas del proceso y las diferentes sub-decisiones, que en un principio eran policotómicas, se han recodificado en nuevas variables dicotómicas, distinguiendo entre decisión conjunta y autónoma, ya que los

modelos de regresión logística binaria permiten analizar las relaciones de asociación entre una variable dicotómica y una o varias variables categóricas o cuantitativas (Luque, 2000).

Para el análisis de las respuestas de cada sexo se han utilizado como muestra, en cada etapa y sub-decisión, las 375 parejas, salvo aquellos casos cuya respuesta se corresponde a la categoría "ninguno/otros", por no ser objeto del estudio, ya que se intenta medir la influencia relativa entre los miembros de la pareja. Evidentemente, tampoco se han tenido en cuenta los valores perdidos por el sistema.

La información sobre la estructura de la etapa o de la sub-decisión (variable dependiente), cuyos valores originales son: "hombre", "mujer" o "los dos", se ha transformado en una variable dicotómica de la forma que se describe en la tabla 5.29.

**Tabla 5.29.** Transformación de la variable "etapa"/"sub-decisión"

Variable antigua: etapa / sub-decisión original	Nueva variable: etapa/sub-decisión:	Categorías incluidas de la variable original de partida
	Conjunta	▪ Los dos
	Autónoma	▪ Hombre ▪ Mujer

Para analizar la estructura de la decisión entre los miembros de la pareja se ha seguido la división establecida por Myers y Moncrief (1978), que distingue entre las características estructurales o socio-demográficas de la pareja (Barlés *et al.*, 2013a; Lederhaus y King 1981; Fodness, 1992; Wang *et al.*, 2007; Yin *et al.*, 2009) y las operacionales o de comportamiento de viaje (Filiatrault y Ritchie, 1980; Hsu y Kang, 2002; 2003; Koc, 2004).

## **A. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS:**

### **A.1. Diferencia de situación laboral (*SLMujer*)**

Se ha procedido a medir las diferencias de poder económico según la situación laboral de cada uno de los miembros de la pareja. No obstante,

dado que el hombre trabaja en un 91,48% de los casos, mientras que la mujer solo lo hace en un 60,60%, realmente el hecho diferencial entre las parejas está en que ella trabaje o no. Por eso se ha considerado más oportuno realizar el análisis discriminado entre aquellos casos en las que la mujer no trabaja, como se ha venido haciendo ampliamente por parte de otros autores (Barlés *et al.*, 2010; Cosenza y Davis, 1980; Green y Cunningham, 1976; Martínez y Polo, 1999b; Samsinar *et al.*, 2014; Shukla, 1987; Weller, 1968). La variable dicotomizada queda de la forma que recoge la tabla 5.30.

**Tabla 5.30.** Transformación de la variable "situación laboral de la mujer"

Variable antigua: diferencia de situación laboral	Nueva variable: situación laboral mujer:	Categorías incluidas de la variable original de partida
	Mujer que no trabaja	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ninguno trabaja</li><li>▪ Él sí, ella no</li></ul>
	Mujer que trabaja	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ella sí, él no</li><li>▪ Ambos trabajan</li></ul>

### **A.2. Diferencia de nivel de estudios (*DifEst*)**

Se trata de una variable de gran relevancia en los estudios de turismo (Barlés *et al.*, 2010; Lederhaus y King, 1981, Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998). Las categorías que comprende son:

1. Ella tiene más estudios que él.
2. Él tiene más estudios que ella.
3. Mismo nivel de estudios.

**A.3. Tiempo de convivencia (*TiemCo*)**

Se ha incluido el tiempo de convivencia como una característica a analizar dado que ha sido recurrentemente citada por otros trabajos previos (Fodness, 1992; Gursoy, 2000; Yin *et al.*, 2009). Las categorías de la variable son:

1. Menos de 10 años.
2. Entre 10 y 19 años.
3. Entre 20 y 29 años.
4. Igual o más de 30 años.

Ya que existen muy pocos casos en los que la pareja haya convivido menos de 10 años y 30 o más, se ha procedido a dicotomizar esta variable según se refleja en la tabla 5.31.

**Tabla 5.31.** Transformación de la variable "tiempo de convivencia"

Variable antigua: tiempo de convivencia original	Nueva variable: tiempo de convivencia:	Categorías incluidas de la variable original de partida
	Menos de 20 años	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Menos de 10 años</li><li>▪ Entre 10 y 19 años</li></ul>
	20 años o más	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entre 20 y 29 años</li><li>▪ Igual o más de 30 años</li></ul>

**B. CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMIENTO DE VIAJE:****B.1. Tipo de destino (*TipoDest*)**

El destino ha sido la sub-decisión más estudiada (Bohlmann y Qualls, 2001; Cullingford, 1995; Lin *et al.*, 2014; Myers y Moncrief, 1978; Um y Crompton, 1990). En este sentido, se analiza cómo afecta el tipo del mismo a la estructura de la decisión entre la pareja, diferenciado en dos categorías:

1. Nacional.
2. Internacional.

**B.2. Motivo del viaje, aparte del ocio (*Motivo*)**

El motivo del viaje vacacional afecta a la estructura de la decisión entre la pareja, distinguiendo fundamentalmente entre aquellas que viajan exclusivamente por ocio y las que además del ocio tienen el propósito de visitar a familiares y amigos (Hsu y Kang, 2002), por lo que se incluye en el análisis con las siguientes categorías:

1. Exclusivamente por ocio.
2. Visitas a familiares y amigos.
3. Otros motivos.

Debido a que hay muy pocos casos en los que la pareja haya señalado que su motivo principal era otro, se ha procedido a dicotomizar esta variable según se refleja en la tabla 5.32.

**Tabla 5.32.** Transformación de la variable "motivo"

Variable antigua: motivo original	Nueva variable: Motivo:	Categorías incluidas de la variable original de partida
	Exclusivamente por ocio	▪ Exclusivamente por ocio
	Visitas a familiares y amigos y otros	▪ Visitas a familiares y amigos ▪ Otros motivos

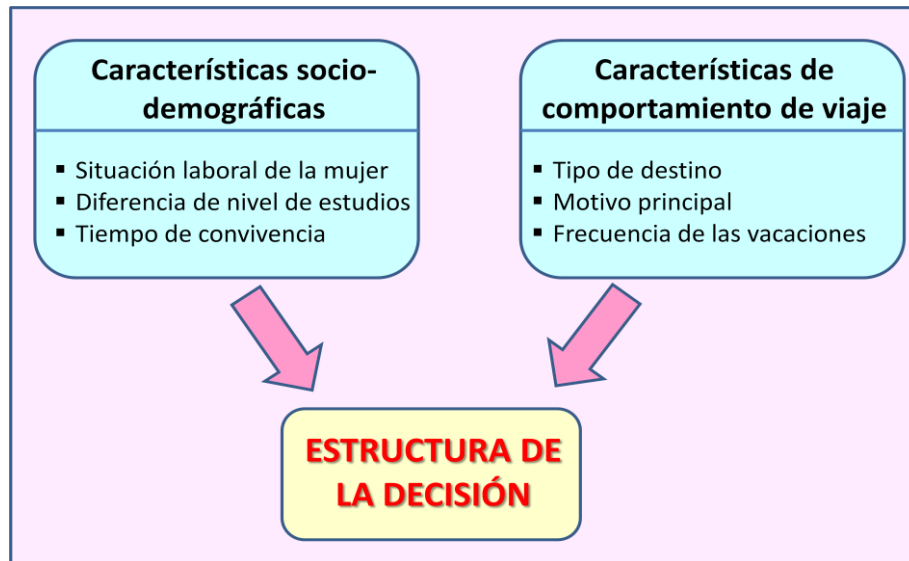
**B.3. Frecuencia de viaje (*Frecuencia*)**

La experiencia de viaje viene condicionada por la frecuencia de los mismos (Gram *et al.* 2007; Kang y Hsu 2005; Koc, 2004), y ésta a su vez condiciona al proceso de decisión, por lo que se les preguntó a las parejas, clasificando sus respuestas según las siguientes categorías:

1. Al menos cada año.
2. Cada dos o tres años.
3. Esporádicamente.

En resumen, el esquema de variables objeto de la investigación acerca de la estructura de la decisión es la que se representa en la figura 5.26.

**Figura 5.26.** Variables que influyen en la estructura de la decisión



Fuente: Elaboración propia

#### **4.1. VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN CONJUNTA VERSUS AUTÓNOMA EN LAS ETAPAS DEL PROCESO DE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

Se realiza un análisis mediante regresión logística para cada una de las etapas del proceso de TDVF distinguiendo entre las dos muestras, según el sexo. El objetivo es encontrar aquellos factores que tienen una relación con la estructura de la decisión en las tres fases del proceso.

##### **4.1.1. INICIACIÓN**

En la etapa de iniciación, tanto según la percepción del hombre como la de la mujer, la situación laboral de ella influye en la estructura de la decisión (tabla 5.33). En concreto, cuando la mujer no trabaja hay una mayor probabilidad de que la etapa de iniciación se lleve de forma conjunta que si ella trabajara. Presenta una OR igual a 2,34, que es el inverso (en adelante inv.) de 0,426 s.m.h., (IC 95%: 1,41-3,91) y a 2,67 s.m.m. (inv. 0,374; IC95%: 1,48-4,52 s.m.m.).

La frecuencia de viajes es un factor asociado a la estructura de la decisión en la etapa de iniciación solamente en la muestra de las mujeres.



Según la percepción de ellas, las familias que van de vacaciones al menos una vez al año tienen una OR de 2,09 (inv. 0,478; IC95%: 1,10-3,98) de tomar la decisión de iniciación de forma conjunta en comparación con aquellas que viajan esporádicamente.

**Tabla 5.33.** Variables que influyen en que la iniciación se realice de forma conjunta

INCIADOR SEGÚN HOMBRE								INCIADOR SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf. Sup.							Inf.	Sup.
SLMujer(1)	-,853	,260	10,776	1	,001	,426	,256 ,709	-,984	,268	13,518	1	,000	,374	,221	,632
Frecuencia(2)	,514	,320	2,570	1	,109	,598	,319 1,121	-,739	,328	5,074	1	,024	,478	,251	,908

Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald ( $p < 0,05$ ) y sus correspondientes valores para el otro sexo

Para el resto de variables independientes que no reflejaron una asociación con la estructura conjunta de la etapa de iniciación (variable dependiente) se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia, comparando la variable dependiente, es decir, la forma en la que se llevó a cabo la iniciación, con cada una de las independientes por parejas. Únicamente el tiempo de convivencia para la muestra de los hombres presentó una asociación con significación estadística ( $p = 0,019$ ) respecto a la estructura de la decisión. Cuando la variable "tiempo de convivencia" se incluyó en el modelo, su coeficiente según el estadístico de Wald presentó un valor  $p = 0,065$ , es decir, deja de ser significativa por el ajuste de las demás variables, sin que se hayan encontrado variables confundentes.

#### 4.1.2. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

El tipo de destino influye en la estructura de la decisión en la etapa de búsqueda de información según hombres y mujeres (tabla 5.34). En concreto, si la pareja viaja a un destino nacional, hay una mayor probabilidad de que la etapa de búsqueda de información se lleve de forma conjunta que si viaja a uno internacional. Su OR es 1,86 s.m.h. (inv. 0,539, IC95%: 1,02-3,37) y 1,98 s.m.m. (inv. 0,504, IC95%: 1,09-3,64).

**Tabla 5.34.** Variables que influyen en que la búsqueda de información se realice de forma conjunta

BUSCADOR SEGÚN HOMBRE								BUSCADOR SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.
TipoDest(1)	-,618	,304	4,141	1	,042	,539	,297	,977	-,686	,308	4,956	1	,026	,504	,275	,921
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.1.3. DECISIÓN FINAL

En la etapa de decisión final, sólo en la muestra de las mujeres, la diferencia de nivel de estudios influye en la estructura de la decisión (tabla 5.35). Si los miembros de la pareja tienen el mismo nivel, hay mayor probabilidad de que la etapa de decisión final se realice de forma conjunta que si ella tiene más estudios que él. En concreto, esta probabilidad es 2,08 veces mayor (IC95%: 1,16-3,72). No obstante, para la muestra de los hombres esta variable no es significativa (OR=1,46; IC95%: 0,82-2,60).

**Tabla 5.35.** Variables que influyen en que la decisión final se realice de forma conjunta

DECISOR FINAL SEGÚN HOMBRE								DECISOR FINAL SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.
DifEst(2)	,378	,294	1,647	1	,199	1,459	,819	2,597	,734	,297	6,115	1	,013	2,083	1,164	3,725
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.1.4. RESUMEN DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS POR ETAPAS

El resumen por etapas se refleja en la tabla 5.35, en la que se marcan con una "X" las variables con significación estadística. Se observa que tanto la muestra de los hombres como la de las mujeres están de acuerdo en que la situación laboral de la mujer y el tipo de destino son las variables que afectan a la etapa de iniciación y de búsqueda de información, respectivamente. En el primer caso, se establece que si ella no trabaja fuera del hogar, aumenta la probabilidad de que la decisión se tome conjuntamente. En el segundo caso, se ha encontrado que si se viaja a un destino nacional, la búsqueda de información se realiza de forma conjunta con una mayor probabilidad que si el destino es internacional.

Sin embargo, hombres y mujeres no coinciden en que la frecuencia con la que se viaja influya en la fase de iniciación ni en que la diferencia de estudios lo haga en la última etapa de decisión final, ya que ambas son significativas solamente en la muestra de las mujeres. Así, ellas consideran que el reconocimiento de la necesidad se realiza de forma conjunta en aquellas parejas que viajan de forma frecuente. Por otro lado, también establecen que si los miembros de la pareja tienen el mismo nivel de estudios, la decisión final se adoptará conjuntamente con mayor probabilidad que si ella tiene un nivel mayor, en cuyo caso, la decisión final la adoptará uno de ellos en solitario.

**Tabla 5.36.** Variables que influyen en que las etapas del proceso de TDVF se realicen de forma conjunta

	Variables socio-demográficas						Variables comportamiento de viaje					
	SLABMUJER		DNivEST		TConv		TDESTINO		MOTIVO		FREC	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
INICIACIÓN	X	X										X
BÚSQUEDA							X	X				
DECISIÓN FINAL				X								

SLABMUJER: situación laboral de la mujer; DNivEST: diferencia nivel de estudios; TConv: tiempo de convivencia; TDESTINO: tipo de destino; MOTIVO: motivo; FREC: frecuencia

H: Muestra de hombres; M: Muestra de mujeres

## 4.2 VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN CONJUNTA VERSUS AUTÓNOMA EN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

En este apartado se procede de forma análoga a como se ha hecho para las etapas, diferenciando ahora por sub-decisiones.

### 4.2.1. DESTINO

En la elección del destino, tanto según la percepción del hombre como la de la mujer, la situación laboral de ella influye en la estructura de la decisión (tabla 5.37). En concreto, si la mujer no trabaja, existe mayor probabilidad de que la elección del destino se realice de forma conjunta que si ella trabaja. Su OR es 1,93 s.m.h. (inv. 0,519; IC95%: 1,16-3,21) y 1,94 s.m.m. (inv. 0,516; IC95%: 1,16-3,25).

La diferencia de nivel de estudios es un factor asociado a la forma de elección del destino solamente en la muestra de los hombres, según los cuales, las parejas en las que ambos poseen el mismo nivel de estudios tienen una OR de 1,79 (IC95%: 1,04-3,08) de elegir el destino de forma conjunta en relación a aquellas en las que es ella la que tiene un mayor nivel. En el grupo de las mujeres esta variable no es significativa, aunque se acerca a la significación estadística al 95% (OR=1,71; IC95%: 0,98-2,97).

**Tabla 5.37.** Variables que influyen en la elección conjunta del destino

	DESTINO SEGÚN HOMBRE							DESTINO SEGÚN MUJER						
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%
							Inf. Sup.							Inf. Sup.
SLMujer(1)	-,655	,260	6,329	1	,012	,519	,312 ,865	-,662	,263	6,308	1	,012	,516	,308 ,865
DifEst(2)	,583	,276	4,479	1	,034	1,792	1,044 3,076	,535	,282	3,595	1	,058	1,708	,982 2,971

Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald ( $p < 0,05$ ) y sus correspondientes valores para el otro sexo

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### **4.2.2. ALOJAMIENTO**

En la muestra de los hombres se observa que la situación laboral de la mujer influye en la estructura de la elección del alojamiento (tabla 5.38). Cuando ella no trabaja, la probabilidad de que esta decisión se realice de forma conjunta presenta una OR de 1,95 (inv. 0,512; IC95%: 1,12-3,42) en relación a cuando ella sí lo hace. En el grupo de las mujeres esta variable no es significativa, aunque se acerca a la significación estadística al 95% (OR: 1,70 [inv. 0,588]; IC95%: 0,98-2,97).

Según el grupo de los hombres, el nivel de estudios también influye en la estructura de la decisión del alojamiento, de tal forma que si ambos tienen el mismo nivel de estudios, la probabilidad de que la elección del alojamiento se realice conjuntamente es 2 veces mayor (IC95%: 1,11-3,64) que si ella tiene más nivel educativo.

En el caso de la frecuencia de los viajes, ambas muestras reflejan que aquellas parejas que viajan una vez cada dos o tres años tienen una probabilidad mayor de elegir el alojamiento de forma conjunta que aquellas que lo hacen al menos una vez al año. Concretamente, la OR es 2,37 s.m.h. (IC95%: 1,24-4,52) y 1,94 s.m.m. (IC95%: 1,03-3,67). Los hombres también perciben que las familias que viajan aún menos, sólo esporádicamente, tienen una OR de 2,11 (IC95%: 1,02-4,35) de elegir el alojamiento conjuntamente con su pareja, en relación a las que viajan al menos una vez cada año. En definitiva, esto significa que las parejas que viajan con mayor frecuencia tienen más probabilidad de que sea uno de los miembros de la pareja el que elija el alojamiento de forma autónoma.

**Tabla 5.38.** Variables que influyen en la elección conjunta del alojamiento

ALOJAMIENTO SEGÚN HOMBRE								ALOJAMIENTO SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.
SLMujer(1)	,670	,286	5,504	1	,019	,512	,292	,896	-,532	,283	3,522	1	,061	,588	,337	1,024
DifEst(2)	,696	,304	5,246	1	,022	2,006	1,106	3,639	,131	,314	,174	1	,677	1,140	,616	2,108
Frecuencia(1)	,862	,331	6,789	1	,009	2,367	1,238	4,527	,663	,325	4,174	1	,041	1,941	1,027	3,668
Frecuencia(2)	,747	,369	4,107	1	,043	2,111	1,025	4,347	,337	,355	,904	1	,342	1,401	,699	2,809
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.2.3. TRASPORTE

En la sub-decisión de la elección del transporte, tanto según la percepción del hombre como la de la mujer, la situación laboral de ella influye en la estructura de la decisión (tabla 5.39). En concreto, si la mujer no trabaja, hay una mayor probabilidad de que la elección del medio de transporte se realice de forma conjunta que si los dos trabajan. Presenta una OR de 2,29 s.m.h. (inv. 0,436; IC95%: 1,21-4,35) y de 3,07 s.m.m. (inv. 0,326; IC95%: 1,54-6,10).

En cambio, el tiempo de convivencia, el tipo de destino y la frecuencia de los viajes solamente influyen en la forma de elección del transporte según la percepción de las mujeres. Así, cuando la pareja lleva conviviendo 20 años o más, la OR de que elijan el medio de transporte conjuntamente es igual a 2 (inv. 0,498; IC95% 1,08-3,73), en comparación con aquellas que llevan conviviendo menos tiempo. Por otro lado, si se viaja a un destino nacional la OR de que sea conjunta es 2 (inv. 0,499; IC95%: 1,03-3,91), comparado con las que lo hacen a un destino internacional. Y, por último, aquellas parejas que viajan con una frecuencia de una vez cada dos o tres

años tienen una OR de elegir el medio de transporte de forma conjunta igual a 3,35 (IC95%: 1,39-8,12) en relación a aquellas que lo hacen con una frecuencia de al menos una vez al año, y estas últimas tienen una OR de 2,08 (inv. 0,481; IC95%: 1,00-4,31) de elegir el medio de transporte conjuntamente en comparación con las que viajan esporádicamente. Es decir, que tener poca experiencia de viaje aumenta la probabilidad de que el medio de transporte se escoja autónomamente por uno de los miembros de la pareja, aunque solo según la muestra de las mujeres.

**Tabla 5.39.** Variables que influyen en la elección conjunta del transporte

TRANSPORTE SEGÚN HOMBRE									TRANSPORTE SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.
SLMujer(1)	-,829	,326	6,468	1	,011	,436	,230	,827	-1,122	,350	10,262	1	,001	,326	,164	,647
TiemCo(1)	,038	,299	,016	1	,900	1,038	,578	1,867	-,697	,315	4,882	1	,027	,498	,268	,924
TipoDest(1)	-,054	,327	,027	1	,869	,947	,499	1,800	-,695	,341	4,148	1	,042	,499	,256	,974
Frecuencia(1)	,343	,347	,975	1	,323	1,409	,713	2,783	1,210	,451	7,199	1	,007	3,354	1,386	8,120
Frecuencia(2)	,038	,381	,010	1	,921	1,039	,492	2,193	-,732	,372	3,879	1	,049	,481	,232	,996
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.2.4. PRESUPUESTO

Para la elección del presupuesto, tanto según la percepción del hombre como la de la mujer, el tipo de destino influye en la estructura de la decisión (tabla 5.40). Si la familia viaja a un destino nacional, hay una mayor probabilidad de que la elección del presupuesto a gastar se realice de forma conjunta que si viajan a uno internacional. La OR es igual a 2,12 s.m.h. (inv. 0,472; IC95%: 1,16-3,88) y a 2,53 s.m.m. (inv. 0,395; IC95%: 1,36-4,72).

**Tabla 5.40.** Variables que influyen en la determinación conjunta del presupuesto

PRESUPUESTO SEGÚN HOMBRE									PRESUPUESTO SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.
TipoDest(1)	-,715	,308	5,945	1	,015	,472	,258	,863	-,929	,316	8,613	1	,003	,395	,212	,735
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.2.5. FECHA

Según la muestra de los hombres, en la elección de la fecha influye el motivo del viaje (tabla 5.41). Si la familia comparte la motivación del ocio con la visita a familiares y amigos u otras razones, hay una mayor probabilidad de que su elección se realice de forma conjunta que si viajan exclusivamente por ocio (OR=2,57 [inv. 0,389]; IC95%: 1,04-6,33).

**Tabla 5.41.** Variables que influyen en la elección conjunta de la fecha

FECHA SEGÚN HOMBRE									FECHA SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.	
Motivo(1)	-,943	,461	4,188	1	,041	,389	,158	,961	-,560	,385	2,110	1	,146	,571	,268	1,216	
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																	

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia, sin que ninguna de ellas mostrase una relación significativa con la variable dependiente.



#### 4.2.6. ACTIVIDADES

No se han encontrado relaciones significativas entre ninguna de las variables analizadas y la estructura de la decisión de las actividades. Se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, que en este caso es la estructura de la decisión de las actividades, sin que ninguna de ellas mostrase una relación significativa.

#### 4.2.7. RESTAURANTES

En la elección de los restaurantes, solo en la muestra de los hombres la situación laboral de la mujer influye en la estructura de la decisión (tabla 5.42), de tal forma que tendrá más posibilidades de ser una decisión conjunta si la mujer no trabaja (OR=2,59 [inv. 0,386]; IC95%: 1,27-5,26).

**Tabla 5.42.** Variables que influyen en la elección conjunta de los restaurantes

RESTAURANTES SEGÚN HOMBRE									RESTAURANTES SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.	
SLMujer(1)	-,951	,363	6,844	1	,009	,386	,190	,788	-,535	,359	2,216	1	,137	,586	,290	1,185	
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																	

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.2.8. LLEVAR A LOS HIJOS

Según la muestra de los hombres, el tipo de destino y la frecuencia de las vacaciones influye en la estructura de la decisión que viajar acompañados de los hijos (tabla 5.43). En concreto, si el destino es nacional, la OR de que esta decisión se tome conjuntamente por los

miembros de la pareja es 2,97 (inv. 0,337; IC95%: 1,06-8,33). Por otro lado, si la pareja viaja al menos una vez cada año, la probabilidad de que sea conjunta es, manteniendo el resto de variables constantes, 3,72 veces mayor (inv. 0,269; IC95%: 1,06-12,99) que si viaja esporádicamente.

**Tabla 5.43.** Variables que influyen en la decisión conjunta de si llevar a los hijos

LLEVAR HIJOS SEGÚN HOMBRE								LLEVAR HIJOS SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf. Sup.								
TipoDest(1)	-1,087	,526	4,270	1	,039	,337	,120 ,945	-,221	,510	,188	1	,664	,802	,295	2,177
Frecuencia(2)	-1,312	,641	4,191	1	,041	,269	,077 ,946	-,254	,589	,186	1	,666	,776	,245	2,459

Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald ( $p < 0,05$ ) y sus correspondientes valores para el otro sexo

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

#### 4.2.9. RESUMEN DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS POR SUB-DECISIONES

El resumen por sub-decisiones se refleja en la tabla 5.44, en la que se marcan con una "X" las variables con significación estadística. La situación laboral de la mujer aparece como una variable relevante para explicar la forma en la que se elige el destino y el transporte, tanto para la muestra de hombres como para las de las mujeres. No obstante, aunque se determina que esta variable influye en la elección del alojamiento y de los restaurantes, esto solamente es percibido por la muestra de los hombres. El sentido en el que afecta coincide en todos los casos, de tal forma que si la mujer trabaja fuera del hogar, estas decisiones se toman de forma autónoma por uno de los miembros de la pareja.

También el tipo de destino afecta a la estructura de la decisión en la determinación del presupuesto, del transporte y de llevar a los hijos,

aunque únicamente en el primer caso coinciden las percepciones de hombres y mujeres. El sentido en el que influye es coincidente en todos los casos, de forma que si el destino es internacional la correspondiente decisión se adopta autónomamente con una mayor probabilidad.

Por otro lado, ambas muestras indicaron que la frecuencia con la que las familias van de vacaciones explica la estructura conjunta cuando se elige el alojamiento, de tal modo que aquellas parejas que viajan de forma frecuente, lo escogen de forma autónoma. Que la frecuencia de viaje afecte además a la estructura de la decisión del transporte solo es percibido por las mujeres. Los hombres, en cambio, lo relacionan con la influencia sobre si llevar o no a los hijos. En ambos casos, al contrario de lo que ocurre con el alojamiento, son las parejas que viajan de forma esporádica las que ven incrementada la probabilidad de que sea uno de los miembros de la pareja el que decida el medio de transporte o si deben o no llevar a los hijos.

**Tabla 5.44.** Variables que influyen en que las sub-decisiones de las vacaciones familiares se realicen de forma conjunta

	Variables socio-demográficas						Variables comportamiento de viaje					
	SLABMUJER		DNivEST		TConv		TDESTINO		MOTIVO		FREC	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
DESTINO	X	X	X									
ALOJAMIENTO	X		X								X	X
TRANSPORTE	X	X				X		X				X
PRESUPUESTO							X	X				
FECHA									X			
ACTIVIDADES												
RESTAURANTES	X											
LLEVAR HIJOS							X				X	

SLABMUJER: situación laboral de la mujer; DNivEst: diferencia nivel de estudios; TConv: tiempo de convivencia; TDESTINO: tipo de destino; MOTIVO: motivo; FREC: frecuencia

H: Muestra de hombres; M: Muestra de mujeres

## **5. VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN AUTÓNOMA DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

En esta sección se realiza un análisis similar al que se ha hecho anteriormente, pero con el objetivo de analizar únicamente las decisiones autónomas. Por tanto, se analiza solo la parte de la muestra, de hombres y mujeres por separado, que percibió que quien más influyó en la etapa o en la sub-decisión correspondiente fue principalmente uno de ellos, es decir, que la decisión se tomó de forma autónoma. Evidentemente, la muestra se reduce y por tanto el análisis es eminentemente exploratorio.

### **5.1 VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN MARIDO-DOMINANTE *VERSUS* ESPOSA-DOMINANTE EN LAS ETAPAS DEL PROCESO DE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

#### **5.1.1. INICIACIÓN**

Para el análisis de esta etapa se ha utilizado una sub-muestra de 127 individuos, tanto para analizar la percepción de los hombres como la de las mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.45.

**Tabla 5.45.** Decisiones autónomas en la etapa de iniciación

		INICIADOR					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	46	12,3	36,2	50	13,3	39,4
	Mujer	81	21,6	63,8	77	20,5	60,6
	Total	127	33,9	100,0	127	33,9	100,0
Valores perdidos		248	66,1		248	66,1	
Total		375	100,0		375	100,0	

En la etapa de iniciación, según la percepción del hombre, la diferencia de nivel de estudios influye en la estructura de la decisión autónoma (tabla 5.46). En concreto, cuando la mujer tiene más nivel

educativo que el hombre, hay una mayor probabilidad de que el reconocimiento de la necesidad de viajar lo lleve a cabo ella que si fuera al contrario (OR=4,12 veces mayor [inv. 0,243]; IC95%: 1,23-13,70). Según la percepción de las mujeres no existen tales diferencias.

**Tabla 5.46.** Variables que influyen en la etapa de iniciación en las decisiones autónomas

INCIADOR SEGÚN HOMBRE								INCIADOR SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf. Sup.								
DifEst(1)	-1,424	,615	5,278	1	,022	,243	,073 ,812	-1,024	,648	2,497	1	,114	,359	,101	1,279

Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald ( $p < 0,05$ ) y sus correspondientes valores para el otro sexo

Para el resto de variables independientes que no reflejaron una asociación con la toma de decisión autónoma en la etapa de iniciación (variable dependiente) se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia, comparando la dependiente con cada una de las independientes, sin que ninguna de ellas mostrase una relación significativa.

### 5.1.2. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

En el análisis de esta etapa se ha utilizado una sub-muestra de 186 hombres y 196 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.47.

**Tabla 5.47.** Decisiones autónomas en la etapa de búsqueda de información

		BUSCADOR					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	88	23,5	46,6	84	22,4	46,9
	Mujer	101	26,9	53,4	95	25,3	53,1
	Total	189	50,4	100,0	179	47,7	100,0
Valores perdidos		186	49,6		196	52,3	
Total		375	100,0		375	100,0	

En la etapa de búsqueda, tanto para la muestra de hombres como para la de mujeres, en el caso de las decisiones autónomas, la diferencia del nivel de estudios influye en la estructura de la decisión (tabla 5.48) de forma que cuando la mujer tiene más nivel educativo que el hombre, hay una mayor probabilidad de que la búsqueda de información la lleve a cabo ella que si fuera al contrario. La OR es 5,52 s.m.h. (inv. 0,181; IC95%: 1,00-15,39) y 4,05 s.m.m. (inv. 0,247; IC95%: 1,49-10,99).

**Tabla 5.48.** Variables que influyen en la etapa de búsqueda de información en las decisiones autónomas

BUSCADOR SEGÚN HOMBRE								BUSCADOR SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf. Sup.							Inf. Sup.	
DifEst(1)	-1,710	,521	10,767	1	,001	,181	,065 ,502	-1,398	,509	7,551	1	,006	,247	,091 ,670	

Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald ( $p < 0,05$ ) y sus correspondientes valores para el otro sexo

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

### 5.1.3. DECISIÓN FINAL

Se utilizó una sub-muestra para la etapa de la decisión final de 85 hombres y 83 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.49.

**Tabla 5.49.** Decisiones autónomas en la etapa de decisión final

		DECISOR FINAL					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	32	8,5	37,6	29	7,7	34,9
	Mujer	53	14,1	62,4	54	14,4	65,1
	Total	85	22,7	100,0	83	22,1	100,0
Valores perdidos		290	77,3		292	77,9	
Total		375	100,0		375	100,0	

En ninguna de las muestras, ni de hombres ni de mujeres, se han encontrado relaciones significativas entre las variables independientes analizadas y la estructura de la decisión final cuando esta es autónoma. Se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia de las diferentes variables analizadas con la variable dependiente sin hallar relación significativa con esta última.

#### 5.1.4. RESUMEN DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS POR ETAPAS

El resumen de las variables explicativas por etapas se refleja en la tabla 5.50, en la que se marcan con una "X" las que presentaron significación estadística. Las muestras de los hombres y mujeres solamente coinciden en que la diferencia de nivel de estudios entre los miembros de la pareja explica la influencia en la búsqueda de información cuando se realiza de forma autónoma. Que influya además en la etapa de iniciación o reconocimiento de la necesidad de ir de vacaciones es una percepción que solamente tienen los hombres. En cualquier caso, si la mujer tiene más nivel educativo que el hombre, las etapas están dominadas por ella.

**Tabla 5.50.** Variables que influyen en las etapas del proceso de TDVF adoptadas autónomamente

	Variables socio-demográficas						Variables comportamiento de viaje					
	SLABMUJER		DNivEST		TConv		TDESTINO		MOTIVO		FREC	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
INICIACIÓN			X									
BÚSQUEDA			X	X								
DECISIÓN FINAL												

SLABMUJER: situación laboral de la mujer; DNivEst: diferencia nivel de estudios; TConv: tiempo de convivencia; TDESTINO: tipo de destino; MOTIVO: motivo; FREC: frecuencia

H: Muestra de hombres; M: Muestra de mujeres

## 5.2 VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA DECISIÓN MARIDO-DOMINANTE *VERSUS* ESPOSA-DOMINANTE EN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

En este apartado se ha procedido de forma similar al anterior, distinguiendo entre cada una de las sub-decisiones de las vacaciones analizadas a lo largo del presente trabajo: destino, alojamiento, transporte, presupuesto, fecha, actividades, restaurantes y llevar a los hijos.

### 5.2.1. DESTINO

Para el análisis de la sub-decisión del destino se utiliza una sub-muestra de 115 hombres y 111 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.51.

**Tabla 5.51.** Decisiones autónomas en la elección del destino

		DESTINO					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	47	12,5	40,9	42	11,2	37,8
	Mujer	68	18,1	59,1	69	18,4	62,2
	Total	115	30,7	100,0	111	29,6	100,0
Valores perdidos		260	69,3		264	70,4	
Total		375	100,0		375	100,0	

En ambas muestras, la diferencia de nivel de estudios es una variable que influye en la estructura de la decisión del destino, cuando esta es autónoma (tabla 5.52). Si la mujer tiene más nivel educativo que el hombre, hay mayor probabilidad de que sea ella la que elija el destino que si él tiene mayor nivel. La OR es 4,71 s.m.h. (inv. 0,212; IC95%: 1,29-17,24) y 4,02 s.m.m. (inv. 0,249; IC95%: 1,13-14,29).



**Tabla 5.52.** Variables que influyen en la elección del destino en las decisiones autónomas

DESTINO SEGÚN HOMBRE									DESTINO SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.	
DifEst(1)	-1,551	,660	5,519	1	,019	,212	,058	,773	-1,389	,645	4,644	1	,031	,249	,070	,882	
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																	

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

### 5.2.2. ALOJAMIENTO

En el análisis de la sub-decisión del alojamiento se utilizó una sub-muestra de 93 hombres y 92 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.53.

**Tabla 5.53.** Decisiones autónomas en la elección del alojamiento

		ALOJAMIENTO					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	36	9,6	38,7	32	8,5	34,8
	Mujer	57	15,2	61,3	60	16,0	65,2
	Total	93	24,8	200,0	92	24,5	100,0
Valores perdidos		282	75,2		283	75,5	
Total		375	100,0		375	100,0	

En ninguna de las muestras se han encontrado relaciones significativas entre las variables analizadas y la variable dependiente cuando esta es autónoma. Se ha completado el análisis mediante tablas de contingencia de las diferentes variables independientes con la variable dependiente, en este caso el alojamiento, en caso de ser autónoma, sin hallar relaciones significativas.

### 5.2.3. TRANSPORTE

Para el análisis de la sub-decisión del transporte se utilizó una sub-muestra de 68 hombres y 65 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.54.

**Tabla 5.54.** Decisiones autónomas en la elección del transporte

		TRANSPORTE					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	49	13,1	72,1	44	11,7	67,7
	Mujer	19	5,1	27,9	21	5,6	32,3
	Total	68	18,1	100,0	65	17,3	100,0
Valores perdidos		307	81,9		310	82,7	
Total		375	100,0		375	100,0	

No se han encontrado relaciones significativas entre las variables independientes y la sub-decisión autónoma del transporte, tanto en el análisis de regresión realizado como en las tablas de contingencia realizadas, entre cada variable independiente y la variable dependiente transporte.

### 5.2.4. PRESUPUESTO

En el análisis de la elección del presupuesto se utilizó una sub-muestra de 64 hombres y 63 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.55.

**Tabla 5.55.** Decisiones autónomas en la elección del presupuesto

		PRESUPUESTO					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	30	8,0	46,9	27	7,2	42,9
	Mujer	34	9,1	53,1	36	9,6	57,1
	Total	64	17,1	100,0	63	16,8	100,0
Valores perdidos		311	82,9		312	83,2	
Total		375	100,0		375	100,0	

Según la percepción de los hombres, la diferencia de nivel de estudios es una variable que influye en la determinación del presupuesto cuando esto se decide de forma autónoma (tabla 5.56). Si la mujer tiene más nivel educativo que el hombre, existe mayor probabilidad de que sea ella la que determine el presupuesto del viaje que si es al contrario. Esta probabilidad es 21,74 veces mayor (inv. 0,046; IC95%: 1,61-333,33) según el hombre. En la muestra de las mujeres no se encontraron diferencias significativas (OR=2,78 [inv. 0,360]; IC95: 0,45-17,24).

**Tabla 5.56.** Variables que influyen en la determinación del presupuesto en las decisiones autónomas

PRESUPUESTO SEGÚN HOMBRE								PRESUPUESTO SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf. Sup.							Inf.	Sup.
DifEst(1)	-3,083	1,336	5,322	1	,021	,046	,003 ,629	-1,020	,928	1,208	1	,272	,360	,058	2,224

Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald ( $p < 0,05$ ) y sus correspondientes valores para el otro sexo

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

### 5.2.5. FECHA

En el análisis de la elección de la fecha se utilizó una sub-muestra de 78 hombres y 86 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.57.

**Tabla 5.57.** Decisiones autónomas en la elección de la fecha

		FECHA					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	39	10,4	50,0	45	12,0	52,3
	Mujer	39	10,4	50,0	41	10,9	47,7
	Total	78	20,8	100,0	86	22,9	100,0
Valores perdidos		297	79,2		289	77,1	
Total		375	100,0		375	100,0	

Según la percepción de las mujeres, la situación laboral de ellas y la diferencia de nivel de estudios influyen en la estructura de la decisión de la fecha cuando se produce de forma autónoma (tabla 5.58). En la muestra de los hombres, el hecho de que ella tenga más nivel educativo que él hace que sea la mujer la que elija la fecha de las vacaciones, siendo una variable significativa justo al 95% ( $p=0,05$ ), por lo que siguiendo un criterio estricto no se considera una variable significativa.

Considerando únicamente la percepción de las mujeres, si ella trabaja, la probabilidad de que la elección de la fecha sea una decisión dominada por ella es 3,32 veces mayor que si no trabaja. Además, cuando la mujer tiene más nivel educativo que el hombre, la probabilidad de que la fecha la elija ella es 5,38 veces mayor (inv. 0,186; IC95%: 5,96-17,24) que si ambos tienen el mismo nivel.

**Tabla 5.58.** Variables que influyen en la elección de la fecha en las decisiones autónomas

FECHA SEGÚN HOMBRE									FECHA SEGÚN MUJER							
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%	
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.
SLMujer(1)	,886	,580	2,227	1	,136	2,377	,762	7,413	1,198	,568	4,440	1	,035	3,312	1,087	10,089
DifEst(2)	-1,273	,649	3,843	1	,050	,280	,078	1,000	-1,684	,597	7,945	1	,005	,186	,058	,599
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																

Para aquellas variables que no reflejaron asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia, encontrándose que únicamente la situación laboral de la mujer para la muestra de los hombres encontró una asociación con significación estadística ( $p=0,005$ ) respecto a la variable dependiente. No obstante, cuando se incluye en el modelo, deja de tener significación estadística por el ajuste de las demás variables.

### 5.2.6. ACTIVIDADES

En la decisión sobre las actividades vacacionales a realizar se utilizó una sub-muestra de 71 hombres y 76 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.59.

**Tabla 5.59.** Decisiones autónomas en la elección de las actividades

		ACTIVIDADES					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	27	7,2	38,0	27	7,2	35,5
	Mujer	44	11,7	62,0	49	13,1	64,5
	Total	71	18,9	100,0	76	20,3	100,0
Valores perdidos		304	81,1		299	79,7	
Total		375	100,0		375	100,0	

Según la muestra de los hombres, la diferencia de nivel de estudios influye en la forma de elección de las actividades a realizar durante las vacaciones cuando esta es autónoma (tabla 5.60). Si la mujer tiene más nivel educativo que el hombre, hay una mayor probabilidad de que sea ella la que elija las actividades a realizar que si los dos tienen el mismo nivel. (OR=4,35 [inv. 0,036]; IC95%: 1,08-17,54).

Según la muestra de las mujeres, la motivación principal del viaje influye en la elección de las actividades en el caso de que ésta sea autónoma. Si las familias viajan exclusivamente por ocio, la probabilidad de que la elección de las actividades la realice la mujer es 5,09 veces mayor que si a esta motivación se le unen otras.

**Tabla 5.60.** Variables que influyen en la elección de las actividades en las decisiones autónomas

ACTIVIDADES SEGÚN HOMBRE									ACTIVIDADES SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.	
DifEst(2)	-1,470	,713	4,256	1	,039	,230	,057	,929	-,051	,611	,007	1	,934	,951	,287	3,150	
Motivo(1)	,946	,964	,963	1	,326	2,575	,389	17,032	1,626	,819	3,947	1	,047	5,085	1,022	25,296	
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																	

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

### 5.2.7. RESTAURANTES

Para analizar la elección de los restaurantes se utilizó una submuestra de 56 hombres y 49 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.61.

**Tabla 5.61.** Decisiones autónomas en la elección de los restaurantes

		RESTAURANTES					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
Válidos	Hombre	27	7,2	48,2	24	6,4	49,0
	Mujer	29	7,7	51,8	25	6,7	51,0
	Total	56	14,9	100,0	49	13,1	100,0
Valores perdidos		319	85,1		326	86,9	
Total		375	100,0		375	100,0	

Según la muestra de las mujeres, la diferencia de nivel de estudios es una variable que influye en la estructura de la decisión de los restaurantes cuando esta es autónoma (tabla 5.62). Si ella tiene más nivel educativo que el hombre, hay una mayor probabilidad de que sea ella la que elija los restaurantes respecto a si es él quien tiene mayor nivel (OR=26,31 [inv. 0,038]; IC95%: 2,70-250), mientras que en los hombres esta variable no ha mostrado diferencias significativas.

**Tabla 5.62.** Variables que influyen en la elección de los restaurantes en las decisiones autónomas

RESTAURANTES SEGÚN HOMBRE									RESTAURANTES SEGÚN MUJER								
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	I.C. 95%		
							Inf.	Sup.							Inf.	Sup.	
DifEst(1)	-1,762	,962	3,356	1	,067	,172	,026	1,131	-3,267	1,161	7,919	1	,005	,038	,004	,371	
Solo se muestran los coeficientes significativos según el estadístico de Wald (p<0,05) y sus correspondientes valores para el otro sexo																	

Para aquellas variables que no reflejaron una asociación con la elección de los restaurantes se completó el análisis mediante la realización de tablas de contingencia entre cada una de las variables analizadas y la variable dependiente, sin que se encontraran relaciones significativas.

### 5.2.8. LLEVAR A LOS HIJOS

En la determinación de si llevar o no a los hijos se utilizó una submuestra de 18 individuos y 22 mujeres, cuya distribución de frecuencias se resume en la tabla 5.63.

**Tabla 5.63.** Decisiones autónomas en la decisión de llevar a los hijos

		LLEVAR HIJOS					
		SEGÚN HOMBRE			SEGÚN MUJER		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
<b>Válidos</b>	<b>Hombre</b>	7	1,9	38,9	4	1,1	18,2
	<b>Mujer</b>	11	2,9	61,1	18	4,8	81,8
	<b>Total</b>	18	4,8	100,0	22	5,9	100,0
<b>Valores perdidos</b>		357	95,2		353	94,1	
<b>Total</b>		375	100,0		375	100,0	

Ninguna de las muestras ha encontrado relaciones significativas entre las variables analizadas y la estructura de la decisión de si llevar a los hijos cuando esto se decide de forma autónoma. Tras realizar las tablas de contingencia con cada una de las variables independientes analizadas y la dependiente relativa a si llevar a los hijos, no se encontró relación entre ellas en los casos en los que fue autónoma.

### 5.2.9. RESUMEN DE LAS VARIABLES EXPLICATIVAS POR SUB-DECISIONES

El resumen por sub-decisiones se refleja en la tabla 5.64, en la que se marcan con una "X" las variables con significación estadística. La diferencia de nivel de estudios aparece como la variable que explica en mayor grado

el hecho de que una determinada sub-decisión esté dominada por el hombre o la mujer. Sin embargo, las muestras de ambos sexos solo coinciden en que se trata de una variable que influye en el tipo de decisión autónoma para el destino. En el caso de la determinación del presupuesto y de las actividades solo lo perciben los hombres y en el de la elección de la fecha y de los restaurantes solamente las mujeres. En general, un mayor nivel de estudios de la mujer hará que sea ella quien elija el destino, los restaurantes, la fecha, las actividades y determine el presupuesto.

Únicamente bajo la percepción de ellas, su situación laboral y el motivo de las vacaciones influyen en la elección de la fecha y las actividades vacacionales en aquellos casos en los que no se adoptan de forma conjunta.

**Tabla 5.64.** Variables que influyen en las sub-decisiones vacacionales adoptadas autónomamente

	Variables socio-demográficas						Variables comportamiento de viaje					
	SLABMUJER		DNivEST		TCONV		TDESTINO		MOTIVO		FREC	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
DESTINO			X	X								
ALOJAMIENTO												
TRANSPORTE												
PRESUPUESTO			X									
FECHA		X		X								
ACTIVIDADES			X							X		
RESTAURANTES				X								
LLEVAR HIJOS												

SLABMUJER: situación laboral de la mujer; DNivEST: diferencia nivel de estudios; TCONV: tiempo de convivencia; TDESTINO: tipo de destino; MOTIVO: motivo; FREC: frecuencia

H: Muestra de hombres; M: Muestra de mujeres

## 6. CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA INFLUENCIA DE LA PAREJA

Se va a realizar el análisis del consenso en la percepción de la influencia de la pareja tanto a nivel agregado como a nivel de parejas. Como ya se ha explicado, a nivel agregado se ponen de manifiesto las diferencias de percepción de la influencia ejercida en cada etapa y sub-decisión entre ambos



sexos de forma agrupada. A nivel de parejas se estudian las diferencias de percepción entre los miembros de una misma pareja.

Se excluyen en este análisis, como en los apartados precedentes, aquellos casos en los que los encuestados contestaron que fueron "ninguno/otros" los que influyeron principalmente en cada una de las etapas o sub-decisiones.

## 6.1 CONSENSO A NIVEL AGREGADO

Para abordar este apartado, se ha realizado un análisis mediante tablas de contingencia en el que se compara el sexo con la percepción de la influencia en cada una de las etapas y de las sub-decisiones para ver si existen diferencias significativas entre ellas.

### 6.1.1. CONSENSO A NIVEL AGREGADO SEGÚN LAS ETAPAS DEL PROCESO DE TDVF

No se encontraron diferencias significativas en la percepción de la influencia en ninguna de las etapas del proceso de TDVF según el sexo del encuestado (tabla 5.65). Las mayores diferencias, no obstante, fueron las que presentaron hombres y mujeres en la percepción de que la búsqueda de información se hizo de forma conjunta, aunque solo representó 2,3 puntos porcentuales (37,83% s.m.h. y 40,13% s.m.m.; tablas 5.15 y 5.16).

**Tabla 5.65:** Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel agregado según las etapas del proceso de TDVF

	$\chi^2$ de Pearson	gl	Sig asintótica (bilateral)
<b>Iniciador</b>	0,277 <sup>a</sup>	2	0,871
<b>Buscador</b>	0,342 <sup>a</sup>	2	0,843
<b>Decisor final</b>	0,138 <sup>a</sup>	2	0,933

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5

### 6.1.2. CONSENSO A NIVEL AGREGADO SEGÚN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

Tal y como se aprecia en la tabla 5.66, no existen diferencias significativas en la percepción de la influencia en ninguna de las sub-decisiones de las vacaciones familiares según el sexo del encuestado. La percepción de que la fecha se decidió de forma conjunta fue la que presentó una diferencia mayor entre las respuestas de hombres y mujeres, aunque únicamente representó 2,19 puntos porcentuales (76,44% s.m.h. y 74,25% s.m.m.; tablas 5.26 y 5.27).

**Tabla 5.66:** Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel agregado según las sub-decisiones de las vacaciones familiares

	$\chi^2$ de Pearson	gl	Sig asintótica (bilateral)
<b>Destino</b>	0,322 <sup>a</sup>	2	0,851
<b>Alojamiento</b>	0,325 <sup>a</sup>	2	0,850
<b>Transporte</b>	0,365 <sup>a</sup>	2	0,833
<b>Presupuesto</b>	0,209 <sup>a</sup>	2	0,901
<b>Fecha</b>	0,486 <sup>a</sup>	2	0,784
<b>Actividades</b>	0,356 <sup>a</sup>	2	0,837
<b>Restaurantes</b>	0,513 <sup>a</sup>	2	0,774
<b>Llevar hijos</b>	2,440 <sup>a</sup>	2	0,295

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5

## 6.2 CONSENSO A NIVEL DE PAREJAS

Para comenzar a estudiar el consenso diádico a nivel de parejas se utiliza la clasificación propuesta por Burns (1977) en la que se establecen nueve categorías, al comparar las respuestas de hombres y mujeres entre la pareja (tabla 2.4 y figura 2.3). Como ya se explicó, existen tres categorías de consenso (marido-dominante, esposa-dominante y decisión conjunta) y seis categorías de "no-consenso" (concesión del marido, concesión de la mujer, vanidad del marido, vanidad de la mujer, concesión dual y rol disputado). Las dos primeras ocurren cuando uno de los miembros de la pareja cree que la decisión es conjunta, pero el otro cree que el primero fue dominante. En la

vanidad, un miembro de la pareja cree que la decisión es conjunta, pero el otro cree que él mismo es el dominante, esto es, este último sobrestima su propio rol. En un rol disputado ambos sobrestiman sus propios roles y en una concesión dual ambos los subestiman.

Por tanto, se puede considerar que las discrepancias son moderadas cuando uno de los miembros de la pareja declara que la decisión se llevó a cabo conjuntamente y el otro señala que el dominante fue uno de ellos. Esto se corresponde a los roles de concesión y de vanidad anteriormente definidos, tanto del hombre como de la mujer. Por el contrario, las discrepancias son grandes cuando ambos miembros perciben que la decisión estuvo dominada por uno de ellos, aunque señalando cada uno a personas distintas. Es el caso del rol disputado y de la concesión dual.

Para analizar el consenso diádico, además de presentar los porcentajes de acuerdo y desacuerdo entre los miembros de la pareja, tal y como viene siendo habitual por los investigadores (Bronner y de Hoog, 2008; Burns, 1977; Davis y Rigaux, 1974; White y Johnson, 2001), se utiliza el índice kappa de Cohen.

#### **6.2.1. CONSENSO A NIVEL DE PAREJAS SEGÚN LAS ETAPAS DEL PROCESO DE TDVF**

En las tres etapas se da en mayor proporción el consenso diádico entre la pareja con porcentajes superiores al 83% (tabla 5.67 y figura 5.27.), siendo ligeramente mayor en la etapa del buscador (85,9%).

El consenso se debió mayoritariamente a la coincidencia de respuestas en las que ambos miembros catalogaron la decisión como conjunta, aunque con porcentajes diferentes. La etapa de iniciación coincidieron en percibirla como conjunta el 55% de las parejas, el 33% la etapa de búsqueda y el 69,2% la de decisión final. Cuando la decisión se percibió como autónoma, existiendo consenso entre la pareja, es mayor la

frecuencia de las parejas que coinciden en atribuirle al ámbito de la esposa en las tres etapas.

La mayor parte de las discrepancias o falta de consenso son moderadas, es decir, se producen porque hombres y mujeres adoptan un rol de vanidad o concesión, cuyos porcentajes son del 12,7% en la etapa de búsqueda, 10,7% en la de búsqueda y 14,8% en la de decisión final. Las parejas que presentaron grandes discrepancias representan porcentajes mucho menores (4,1% en la etapa de iniciación, 3,4% en la de búsqueda y 2% en la de decisión final).

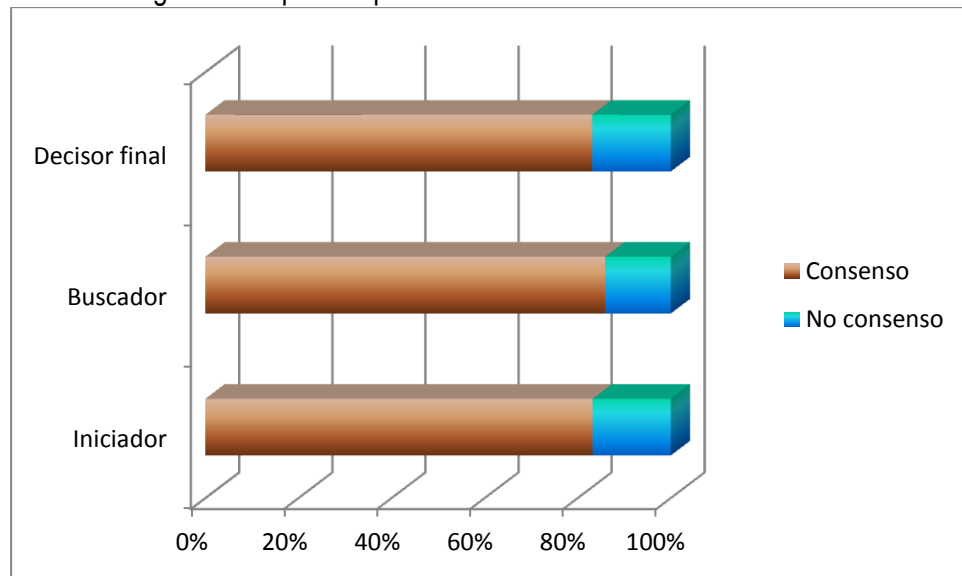
En tanto que entre los hombres el rol de concesión superó al de vanidad, salvo en la etapa de búsqueda en la que coincidieron, en las mujeres ocurrió al contrario. Sin embargo, los porcentajes de ambos roles fueron muy pequeños en todos los casos.

**Tabla 5.67:** Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel de pareja en las etapas del proceso de TDVF

	CONSENSO (%)				NO-CONSENSO (%)						
	C	MD	ED	Total	Vanidad		Concesión		Rol Disputado	Concesión dual	Total
					H	M	H	M			
<b>Iniciador</b>	55,0	9,4	18,8	83,2	2,8	3,4	3,4	3,1	1,6	2,5	16,8
<b>Buscador</b>	33,0	25,1	27,8	85,9	3,1	3,1	3,1	1,4	1,7	1,7	14,1
<b>Decisor final</b>	69,2	4,8	9,1	83,1	2,6	4,6	4,8	2,8	1,7	0,3	16,9

C: Decisión conjunta; MD: Decisión marido-dominante; ED: Decisión esposa-dominante; H: Respuesta del hombre; M: Respuesta de la mujer

**Figura 5.27.** Consenso entre los miembros de la pareja en la percepción de la influencia según las etapas del proceso de TDVF



A pesar de presentar frecuencias de consenso similares, según el índice kappa (tabla 5.68), la concordancia de respuestas entre ambos miembros de la pareja es buena para la etapa de iniciación y de búsqueda de información, pero moderada en la etapa de decisión final. Probablemente esto último se explica por la paradoja anteriormente mencionada descrita por Feinstein y Cicchetti (1990), que atribuye este hecho al predominio de casos en los que ambos coincidieron en afirmar que la decisión final fue conjunta, por lo que se ha de interpretar con cautela.

**Tabla 5.68:** Índice kappa de la influencia de la pareja en las etapas del proceso de TDVF

	Índice kappa	Error Estándar	IC 95%	
<b>Iniciador</b>	0,6896	0,0374	0,6163	0,7629
<b>Buscador</b>	0,7873	0,0308	0,7269	0,8477
<b>Decisor final</b>	0,5617	0,0488	0,466	0,6573

### **6.2.2. VARIABLES RELACIONADAS CON EL CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA INFLUENCIA RELATIVA SEGÚN LAS ETAPAS DEL PROCESO DE TDVF**

Con el objetivo de determinar si existen variables relacionadas con la existencia de consenso entre las parejas se realizaron análisis mediante tablas de contingencia entre cada una de las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje descritas en la introducción del apartado 4 del presente capítulo y la existencia de consenso entre la pareja, para cada una de las etapas. Las relaciones que se hallaron fueron las siguientes:

- En la fase de iniciación existe una relación significativa entre el motivo del viaje y el consenso entre la pareja, siendo este mayor en el caso de que el motivo sea exclusivamente por ocio ( $p=0,042$ ).
- En la fase de iniciación existe una relación significativa entre la frecuencia con la que se viaja y el consenso entre la pareja, siendo este mayor en el caso en el que la pareja vaya de vacaciones al menos una vez al año ( $p=0,038$ ).
- En la fase de decisión final existe una relación significativa entre el tipo de destino al que se viaja y el consenso entre la pareja, siendo este mayor en el caso en que la pareja viaje a un destino nacional ( $p=0,014$ ).

No se identifica, por consiguiente, ninguna variable de las que se han analizado que, de un modo recurrente, aparezca a lo largo de las etapas y que pueda explicar satisfactoriamente la existencia de consenso en la percepción de la influencia ejercida entre los miembros de la pareja en el proceso de TDVF.

---

### **6.2.3. CONSENSO A NIVEL DE PAREJAS SEGÚN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

En todas las sub-decisiones analizadas se da en mayor proporción el consenso entre la pareja, con porcentajes que van desde el 79,7% en la elección del destino hasta el 94,0% en la de llevar a los hijos (tabla 5.69 y figura 5.28).

La mayoría de los casos de consenso se debieron a la coincidencia de respuestas en las que ambos catalogaron la decisión como conjunta, aunque con porcentajes diferentes en cada una de las sub-decisiones, siendo el menor de ellos el de la elección del destino (57,8%) y mayor la elección de llevar a los hijos (91,0%). Cuando la decisión se percibió como autónoma, existiendo consenso entre la pareja, es mayor la frecuencia de los casos en los que coinciden en catalogarla dentro del ámbito de la esposa, excepto en la elección del transporte y de la fecha.

La mayor parte de las discrepancias o falta de consenso son moderadas, con porcentajes que van desde el 18,8% en la elección del destino hasta el 6% en la decisión de si llevar o no a los hijos. Las grandes discrepancias se presentaron con mucha menor frecuencia, siendo la mayor la relativa a la elección de la fecha (2,1%) y nula para la decisión de si llevar a los hijos a las vacaciones.

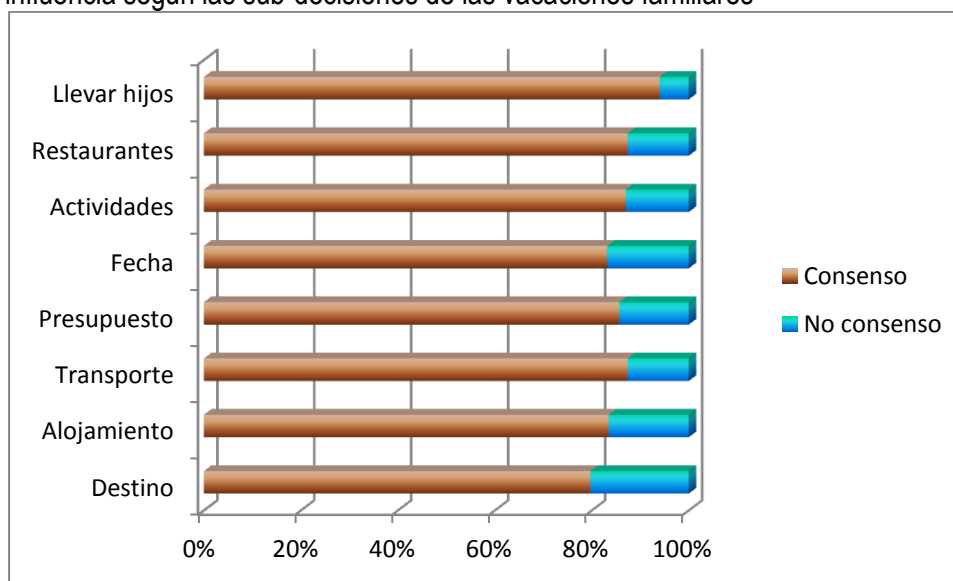
Para el caso de los hombres, el rol de concesión superó al de vanidad, salvo en la elección del transporte y en la determinación del presupuesto. En las mujeres predominó el rol de vanidad, excepto en la elección del transporte. Sin embargo, los porcentajes de ambos roles fueron muy pequeños en todos los casos.

**Tabla 5.69:** Consenso sobre la percepción de la influencia a nivel de pareja en las sub-decisiones de las vacaciones familiares

	CONSENSO (%)				NO-CONSENSO (%)						
	C	MD	ED	Total	Vanidad		Concesión		Rol Disputado	Concesión dual	Total
					H	M	H	M			
<b>Destino</b>	57,8	8,3	13,6	79,7	4,7	5,6	5,6	2,9	0,9	0,6	20,3
<b>Alojamiento</b>	63,8	7,3	12,4	83,5	2,9	5,7	4,4	2,2	1,0	0,3	16,5
<b>Transporte</b>	74,1	9,3	4,0	87,4	5,2	1,5	1,2	3,7	0,6	0,3	12,6
<b>Presupuesto</b>	76,0	4,3	5,4	85,7	3,4	4,0	3,1	2,0	0,6	1,1	14,3
<b>Fecha</b>	67,4	8,7	7,1	83,2	2,5	4,7	3,4	4,0	0,9	1,2	16,8
<b>Actividades</b>	72,6	4,9	9,5	87,0	2,8	4,6	3,1	1,5	0,3	0,6	13,0
<b>Restaurantes</b>	77,9	4,6	4,9	87,4	3,3	2,9	3,6	2,3	0,3	0,3	12,6
<b>Llevar hijos</b>	91,0	1,2	1,8	94,0	0,9	3,6	1,5	0,0	0,0	0,0	6,0

C: Decisión conjunta; MD: Decisión marido-dominante; ED: Decisión esposa-dominante; H: Respuesta del hombre; M: Respuesta de la mujer

**Figura 5.28** Consenso entre los miembros de la pareja en la percepción de la influencia según las sub-decisiones de las vacaciones familiares



La concordancia de respuestas entre los miembros de la pareja es moderada para las sub-decisiones sobre el destino, el presupuesto, la fecha, los restaurantes y llevar a los hijos, según el índice kappa, y es buena para las relativas al alojamiento, el transporte y las actividades (tabla 5.70).



Resulta especialmente llamativo el bajo valor de este índice en la sub-decisión de llevar a los hijos (0,4755), dado el porcentaje de parejas que tuvieron consenso (94%). La explicación a este hecho se puede encontrar en que se trata de una decisión abrumadoramente conjunta, que invita a ser cautos en su interpretación.

**Tabla 5.70:** Índice kappa de la influencia de la pareja en las sub-decisiones de las vacaciones familiares

	Índice Kappa	Error Estándar	IC 95%	
<b>Destino</b>	0,5861	0,0437	0,5005	0,6716
<b>Alojamiento</b>	0,6300	0,0459	0,5401	0,7200
<b>Transporte</b>	0,6251	0,0525	0,5223	0,7279
<b>Presupuesto</b>	0,5347	0,0553	0,4363	0,6432
<b>Fecha</b>	0,5914	0,0481	0,4971	0,6856
<b>Actividades</b>	0,6382	0,0502	0,5398	0,7366
<b>Restaurantes</b>	0,5520	0,0625	0,4295	0,6745
<b>Llevar hijos</b>	0,4755	0,1001	0,2793	0,6717

#### **6.2.4. VARIABLES RELACIONADAS CON EL CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA INFLUENCIA RELATIVA SEGÚN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

Se realizaron análisis mediante tablas de contingencia entre cada una de las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje, descritas la introducción del apartado 4 del presente capítulo, y la existencia de consenso entre la pareja para cada una de las sub-decisiones, sin encontrar ninguna relación significativa. Esto puede ser debido a que la existencia de consenso se distribuye al azar entre las parejas analizadas o a que no se están midiendo las verdaderas causas del consenso.

## **7. CONFLICTO ENTRE LA PAREJA EN LAS DECISIONES VACACIONALES Y SUS TÁCTICAS DE RESOLUCIÓN**

### **7.1 APARICIÓN DE CONFLICTO EN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

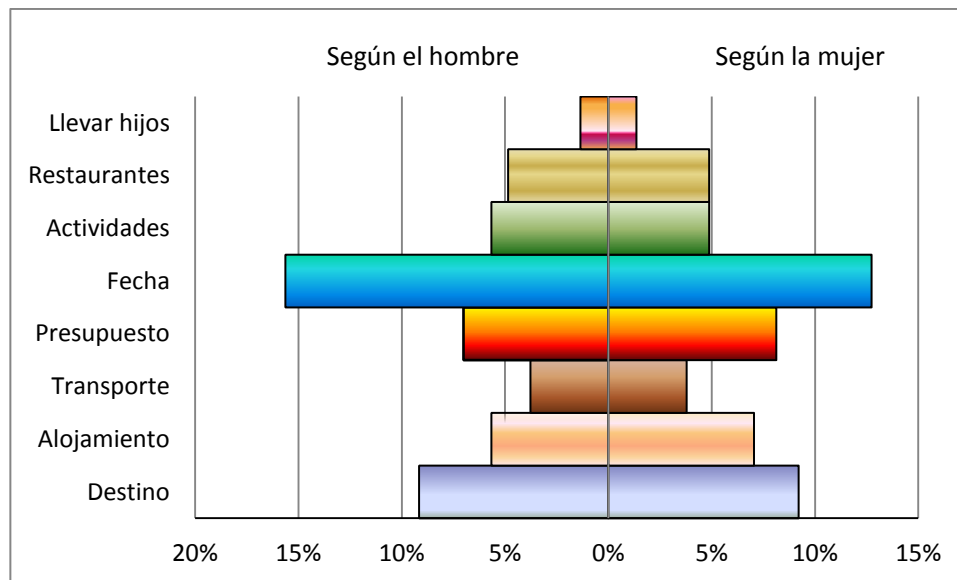
En una decisión grupal se producen conflictos derivados de las diferencias de preferencias que cada uno de los miembros tiene (Belch *et al.*, 1980). Kattak y Raza (2013) definieron el conflicto como la creencia de que si una parte consigue lo que quiere, la otra no será capaz de hacerlo, es decir, se perciben divergencias entre los intereses de las personas implicadas en la toma de decisiones.

Con el objetivo de analizar la aparición de conflicto entre las parejas integrantes de la muestra, se les pidió que indicaran aquella sub-decisión o sub-decisiones causantes de un mayor nivel de conflicto entre ellos, pudiendo marcar más de una opción, una o ninguna. Los resultados obtenidos se presentan en la tabla 5.71 y, gráficamente, en la figura 5.29.

Se observa que la sub-decisión que originó conflictos con una mayor frecuencia es la elección de la fecha en la que tomarse las vacaciones (15,63% s.m.h. y 12,74% s.m.m.), seguida de la elección del destino (9,16% s.m.h. y 9,21% s.m.m.) y la del presupuesto a gastar (7,01% s.m.h. y 8,13% s.m.m.). Las que menos conflicto generaron fueron la decisión de si llevar o no a los hijos (1,35% s.m.h. y 1,36% s.m.m.) y la elección del medio de transporte (3,77% s.m.h. y 3,79% s.m.m.). Se trata por tanto de unos bajos niveles de conflicto según la percepción de hombres y de mujeres.

**Tabla 5.71.** Sub-decisiones con mayor nivel de conflicto

	SEGÚN HOMBRE				SEGÚN MUJER			
	Frec.	%	IC 95%		Frec.	%	IC 95%	
<b>Destino</b>	34	9,16	6,52	12,69	34	9,21	6,55	12,75
<b>Alojamiento</b>	21	5,66	3,62	8,66	26	7,05	4,74	10,28
<b>Transporte</b>	14	3,77	2,16	6,40	14	3,79	2,17	6,43
<b>Presupuesto</b>	26	7,01	4,72	10,23	30	8,13	5,64	11,52
<b>Fecha</b>	58	15,63	12,17	19,83	47	12,74	9,60	16,68
<b>Actividades</b>	21	5,66	3,62	8,66	18	4,88	3,00	7,74
<b>Restaurantes</b>	18	4,85	2,99	7,70	18	4,88	3,00	7,74
<b>Llevar hijos</b>	5	1,35	0,50	3,30	5	1,36	0,50	3,32

**Figura 5.29.** Sub-decisiones con mayor nivel de conflicto


## 7.2 VARIABLES RELACIONADAS CON LA APARICIÓN DE CONFLICTO SEGÚN LAS SUB-DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES

A pesar del escaso nivel de conflicto presentado por las parejas, a modo exploratorio, se realizaron análisis mediante tablas de contingencia entre cada una de las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje para determinar si existen relaciones significativas con la aparición de conflicto en las diferentes sub-decisiones, tanto en la muestra de hombres como en la de

mujeres. Se detallan aquí únicamente aquellas que presentaron significación estadística en ambas muestras:

- La existencia de conflicto al decidir el alojamiento presentó una relación significativa con el tiempo de convivencia de la pareja, siendo más probable que aparezca conflicto en el caso de que las parejas lleven conviviendo menos de 20 años ( $p=0,016$  s.m.h. y  $p=0,010$  s.m.m.).
- La existencia de conflicto al decidir el presupuesto presentó una relación significativa con la diferencia de estudios, siendo este mayor cuando el hombre tiene más nivel educativo ( $p=0,037$  s.m.h. y  $p=0,006$  s.m.m.).

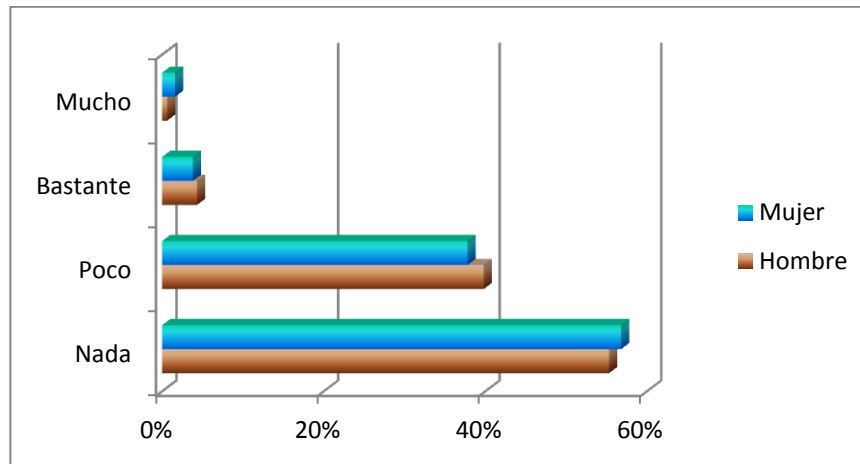
### 7.3 GRADO DE CONFLICTO EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO

Las parejas indicaron bajos niveles de conflicto en la elección del destino (tabla 5.72 y figura 5.30).

**Tabla 5.72.** Grado de conflicto con el destino

	Según hombre		Según mujer	
	Frec.	%	Frec.	%
<b>Nada</b>	192	55,3	197	56,8
<b>Poco</b>	138	39,8	131	37,8
<b>Bastante</b>	15	4,3	13	3,8
<b>Mucho</b>	2	0,6	6	1,6
<b>TOTAL</b>	347	100	347	100

**Figura 5.30.** Grado de conflicto con el destino



## 7.4 CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA APARICIÓN DE CONFLICTO ENTRE LA PAREJA

Al igual que ocurría con la influencia ejercida por los miembros de la pareja, el análisis del conflicto surgido entre ellos se ha medido a través de la percepción del mismo, tanto de los hombres como mujeres. El objetivo de este apartado es determinar el grado de concordancia de ambas percepciones, tanto a nivel agregado como a nivel de pareja.

### 7.4.1. CONSENSO A NIVEL AGREGADO

No se encontraron diferencias significativas en la percepción de la aparición de conflicto según el sexo del encuestado (tabla 5.73). Las mayores diferencias, no obstante, fueron las que presentaron hombres y mujeres en la percepción de la aparición del conflicto cuando se decidió la fecha, aunque solo representó 2,9 puntos porcentuales (15,63% s.m.h. y 12,74% s.m.m.; tabla 5.71).

**Tabla 5.73:** Consenso en la percepción del conflicto a nivel agregado

	$\chi^2$ de Pearson	gl	Sig asintótica (bilateral)
<b>Destino</b>	0,081 <sup>a</sup>	1	0,776
<b>Alojamiento</b>	0,597 <sup>a</sup>	1	0,440
<b>Transporte</b>	0,000 <sup>a</sup>	1	0,988
<b>Presupuesto</b>	0,333 <sup>a</sup>	1	0,564
<b>Fecha</b>	1,275 <sup>a</sup>	1	0,259
<b>Actividades</b>	0,227 <sup>a</sup>	1	0,634
<b>Restaurantes</b>	0,000 <sup>a</sup>	1	0,987
<b>Llevar hijos</b>	0,000 <sup>b</sup>	1	0,993

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5

b. 1 casilla (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5, sin ser significativo según el estadístico exacto de Fisher (p=1,000).

#### 7.4.2 CONSENSO A NIVEL DE PAREJAS

Existen niveles de consenso muy altos entre las parejas, en un rango que va desde el 91,7% en la percepción del conflicto con la determinación del presupuesto hasta el 97,1% correspondiente a la del conflicto sobre si llevar a los hijos (tabla 5.74).

**Tabla 5.74:** Consenso sobre la percepción del conflicto a nivel de pareja

	Frec.	Consenso (%)	Frec.	No-consenso (%)
<b>Conflicto destino</b>	350	93,3	18	4,8
<b>Conflicto alojamiento</b>	354	94,4	14	3,7
<b>Conflicto transporte</b>	360	96,0	8	2,1
<b>Conflicto presupuesto</b>	344	91,7	24	6,4
<b>Conflicto fecha</b>	345	92,0	23	6,1
<b>Conflicto actividades</b>	349	93,1	19	5,1
<b>Conflicto restaurantes</b>	352	93,9	16	4,3
<b>Conflicto llevar hijos</b>	364	97,1	4	1,1

Utilizando en este análisis el índice kappa de Cohen, más exigente que los meros porcentajes, se observa que existe buena concordancia en la apreciación del conflicto en la elección del destino, el alojamiento, el

transporte y la fecha. La concordancia es moderada para la apreciación del conflicto en la determinación del presupuesto, las actividades, los restaurantes y la de llevar a los hijos. No obstante, para todas ellas la proporción de parejas en las que no se apreció ningún conflicto supera con creces a las que sí lo hicieron, por lo que hay que interpretar estos datos con cautela, debido a la desproporción existente entre las dos opciones, es decir, entre el conflicto y el "no conflicto" (tabla 5.75).

**Tabla 5.75:** Índice kappa de la apreciación de conflicto entre la pareja

	Índice kappa	Error Estándar	IC 95%	
Destino	0,692	0,068	0,558	0,826
Alojamiento	0,676	0,081	0,517	0,835
Transporte	0,703	0,100	0,507	0,899
Presupuesto	0,536	0,083	0,373	0,700
Fecha	0,741	0,051	0,640	0,841
Actividades	0,486	0,101	0,287	0,684
Restaurantes	0,533	0,103	0,331	0,735
Llevar hijos	0,594	0,185	0,232	0,957

#### **7.4.3 VARIABLES RELACIONADAS CON EL CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA APARICIÓN DE CONFLICTOS**

Con el objetivo de determinar si existen variables relacionadas con la existencia de consenso entre las parejas se realizaron análisis mediante tablas de contingencia entre cada una de las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje descritas en la introducción del apartado 4 del presente capítulo y la existencia de consenso en la percepción del conflicto entre la pareja. Las relaciones que se hallaron fueron las siguientes:

- La existencia de consenso en percibir el conflicto cuando se decidía el alojamiento y llevar a los hijos presentó una relación significativa con el tiempo de convivencia de la pareja, siendo más probable que exista consenso en el caso de que las parejas lleven conviviendo 20 años o más ( $p=0,021$  y  $p=0,017$ , respectivamente).

- La existencia de consenso en la percepción del conflicto al decidir las actividades presentó una relación significativa con la situación laboral de la mujer, siendo más probable que exista consenso en las parejas en las que ella no trabaja ( $p=0,010$ ). También presentó una relación significativa con la frecuencia de viaje, de forma que existe más consenso si se viaja de forma esporádica ( $p=0,020$ ).

No se identifica, por consiguiente, ninguna variable, de las que se han analizado, que de un modo recurrente aparezca en las sub-decisiones de forma que pueda explicar satisfactoriamente la existencia de consenso sobre la aparición de conflicto entre los miembros de la pareja.

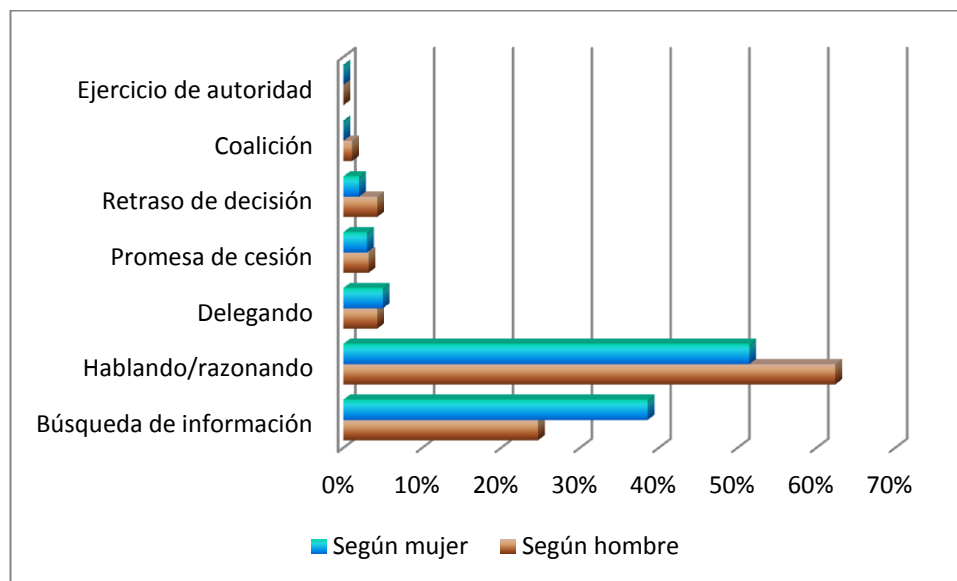
## **7.5 TÁCTICAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LAS DECISIONES VACACIONALES**

En la resolución de conflictos los miembros de la pareja recurren a distintas tácticas para llegar a un acuerdo. La que utilizaron de forma más frecuente fue la de hablar y razonar, con mayor proporción entre hombres que entre mujeres, aunque sin alcanzar diferencias significativas (62,4% s.m.h. y 51,5% s.m.m. [ $p=0,127$ ]). Le siguió la de búsqueda de más información, sobre todo en el caso de ellas, con diferencias significativas respecto a los hombres (24,7% s.m.h. y 38,6% s.m.m. [ $p=0,038$ ]). Ambas pertenecen a las denominadas "estrategias de resolución de problemas", según la clasificación realizada por Belch *et al.* (1980). En ningún caso la pareja declaró que ejercieron su autoridad para imponer su decisión (tabla 5.76 y figura 5.31).



**Tabla 5.76.** Tácticas de resolución de conflictos

		Según hombre			Según mujer		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
<b>Válidos</b>	Buscando más información	23	6,1	24,7	39	10,4	38,6
	Hablando y razonando	58	15,5	62,4	52	13,9	51,5
	Delegando en el miembro mejor informado	4	1,1	4,3	5	1,3	5,0
	Promesa de ceder en otros ámbitos	3	0,8	3,2	3	0,8	3,0
	Retrasando la decisión	4	1,1	4,3	2	0,5	2,0
	Con la coalición de otras personas	1	0,3	1,1	0	0,0	0,0
	Ejercicio de la autoridad	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
	<b>Total</b>	93	24,8	100,0	101	26,9	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	282	75,2		274	73,1	
<b>Total</b>		375	100,0		375	100,0	

**Figura 5.31.** Tácticas de resolución de conflictos


## 7.6 VARIABLES RELACIONADAS CON LAS TÁCTICAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS ENTRE LA PAREJA

A modo exploratorio, se realizaron análisis para determinar si existen relaciones significativas entre las variables socio-demográficas y de comportamiento de viaje descritas en la introducción del apartado 4 del

presente capítulo con la utilización de una determinada táctica de resolución de conflictos sin encontrar ninguna, ni el muestra de hombres ni en la de mujeres.

## **7.7 CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LAS TÁCTICAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS ENTRE LA PAREJA**

El consenso entre los miembros de la pareja sobre la táctica de resolución empleada se estudia a nivel agregado entre los sexos y entre los miembros de la pareja, tal y como se ha venido haciendo a lo largo de este trabajo.

### **7.7.1. CONSENSO A NIVEL AGREGADO**

Para explorar si existen diferencias significativas entre la percepción entre sexos de la táctica de resolución de conflictos empleada se ha recodificado la variable de las tácticas de resolución de conflictos, agrupando todas las tácticas diferentes a las de la búsqueda de información y hablar y razonar en una única categoría denominada "otras tácticas". La razón de esta recodificación radica en el escaso porcentaje que cada una de ellas supone.

Comparando las respuestas de la nueva variable recodificada por sexos se comprueba que no existen diferencias significativas entre la percepción de hombres y de mujeres en la táctica de resolución empleada ( $\chi^2 = 4,316$ ;  $p = 0,116$ ).

### **7.7.2. CONSENSO A NIVEL DE PAREJAS**

Un 81,9% de las parejas que indicaron la táctica de resolución de conflictos empleada estuvieron de acuerdo en sus respuestas, lo que supone un elevado grado de consenso. Si además se calcula el índice kappa de concordancia entre ellos se obtiene un buen nivel de concordancia (0,692).

---

### **7.7.3. VARIABLES RELACIONADAS CON EL CONSENSO EN LA PERCEPCIÓN DE LA TÁCTICA DE RESOLUCIÓN EMPLEADA**

Se realizó un análisis exploratorio para comprobar si existen variables relacionadas con el consenso entre la pareja sobre las tácticas de resolución empleadas, sin encontrar ninguna variable socio-demográfica ni de comportamiento de viaje con una asociación significativa.

## **8. LA SATISFACCIÓN DE LA PAREJA CON EL DESTINO DE LAS VACACIONES FAMILIARES**

### **8.1 GRADO DE SATISFACCIÓN CON EL DESTINO**

Según Kotler (2000), la satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. Se trata por tanto de un estado cognitivo derivado de la adecuación o inadecuación de la recompensa recibida respecto a la inversión realizada (Howard y Sheth, 1969).

Se les preguntó a las parejas por la satisfacción con el destino, ofreciéndoles cuatro opciones: nada, poco, bastante y muy satisfecho. Las frecuencias de esta variable se reflejan en la tabla 5.77. Se observa que en el nivel de satisfacción es muy elevado, siendo muy pocos los casos en los que los encuestados se encontraron poco o nada satisfechos (3,2% s.m.h. y 2,6% s.m.m).

**Tabla 5.77.** Satisfacción con el destino

		Según hombre			Según mujer		
		Frec.	%	% válido	Frec.	%	% válido
<b>Válidos</b>	<b>Nada satisfecha/o</b>	2	0,6	0,6	2	0,6	0,6
	<b>Poco satisfecha/o</b>	9	2,6	2,6	7	2,0	2,0
	<b>Bastante satisfecha/o</b>	154	44,4	44,5	154	44,4	45,0
	<b>Muy satisfecha/o</b>	181	52,2	52,3	179	51,6	52,3
	<b>Total</b>	346	99,7	100,0	342	98,6	100,0
<b>Valores perdidos</b>		1	0,3		5	1,4	
<b>Total</b>		347	100,0		347	100,0	

## 8.2 DIFERENCIAS DE SATISFACCIÓN CON EL DESTINO ENTRE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA

Procediendo de forma análoga a como se ha hecho en el análisis del consenso entre la percepción de los miembros de la pareja, las diferencias de satisfacción se pueden estudiar también a nivel agregado o de pareja.

A nivel agregado se comparan las medias obtenidas por cada uno de los sexos, teniendo en cuenta que su puntuación puede ir de 1 a 4, es decir, desde nada satisfecho a muy satisfecho. En este caso, la media de las mujeres fue ligeramente mayor que la de los hombres, aunque sin encontrar diferencias significativas entre sexos (3,47; D.E.:0,593 s.m.h. y 3,49; D.E.:0,571 s.m.m [p=0,963]).

A nivel de pareja, el porcentaje de casos en los que ambos miembros tuvieron el mismo nivel de satisfacción fue de un 69,6% (tabla 5.78). Dentro de los casos en los que existieron diferencias, fue ligeramente mayor el número de parejas en las que ella se sintió más satisfecha que él, que en el caso contrario, aunque sin presentar diferencias significativas (16,0% vs 13,3%, p=0,298).

**Tabla 5.78.** Diferencia de satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Mismo nivel de satisfacción	261	69,6	70,7
	Él más satisfecho que ella	49	13,1	13,3
	Ella más satisfecha que él	59	15,7	16,0
	Total	369	98,4	100,0
Valores perdidos		6	1,6	
Total		375	100,0	

El mayor consenso entre las respuestas de los integrantes de la pareja se dio cuando ambos afirmaron sentirse muy satisfechos (39,0%) de los casos, seguido de aquellos en los que ambos se consideraron bastante satisfechos (30,6%). Le siguen en importancia las parejas en las que la mujer declaró estar muy satisfecha y el hombre bastante (13,8%), y el caso contrario supuso un porcentaje ligeramente menor (11,9%). Las demás combinaciones constituyeron el 4,7% de los casos (tabla 5.79).

**Tabla 5.79.** Concordancia en el nivel de satisfacción entre los miembros de la pareja

			Satisfacción de la mujer				Total
			Nada satisfecha	Poco satisfecha	Bastante satisfecha	Muy satisfecha	
Satisfacción del hombre	Nada satisfecho	Recuento	1	1	1	0	3
		% del total	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,8%
	Poco satisfecho	Recuento	1	3	6	0	10
		% del total	0,3%	0,8%	1,6%	0,0%	2,7%
	Bastante satisfecho	Recuento	0	3	113	51	167
		% del total	0,0%	0,8%	30,6%	13,8%	45,3%
	Muy satisfecho	Recuento	0	1	44	144	189
		% del total	0,0%	0,3%	11,9%	39,0%	51,2%
Total	Recuento	2	8	164	195	369	
	% del total	0,5%	2,2%	44,4%	52,8%	100,0%	

### **8.3. SEGMENTACIÓN JERÁRQUICA DE LOS MIEMBROS DE LA PAREJA SEGÚN SU SATISFACCIÓN CON EL DESTINO**

El objetivo de esta parte del trabajo es realizar una segmentación jerárquica para llegar a la delimitación e identificación de subconjuntos homogéneos de los miembros de la pareja, distinguiendo por sexos, con arreglo a su satisfacción con el destino de las vacaciones, considerando ciertas características ligadas al mismo.

Debido al tamaño limitado de las dos muestras de las que se dispone, se utilizará esta técnica con carácter meramente exploratorio, estableciendo en 30 el mínimo de casos en un nodo parental, tal y como realiza Chen (2003) en una publicación con características similares a las del presente trabajo.

Pese a que las vacaciones están formadas por diferentes sub-decisiones, tal y como se viene sosteniendo a lo largo de todo el trabajo, en la revisión de la literatura se encuentra que las familias, frecuentemente, han vinculado la satisfacción de las vacaciones a la satisfacción con el destino, razón por la que se convierte en objeto del siguiente análisis (Campo, Garau y Martínez, 2010; Cullingford, 1995; Kang y Hsu, 2005; Kozac y Duman, 2012; Nickerson y Jurowski, 2001, Thornton *et al.*, 1997). En este sentido, los factores referidos al destino son fundamentales a la hora de identificar las variables independientes del análisis de segmentación. Por consiguiente, se excluyen del estudio aquellos casos en los que el destino no ha sido elegido por los miembros de la pareja, separando de nuevo entre la muestra de hombres y la de mujeres.

Dado que el porcentaje de respuestas entre los que se consideraron bastante y muy satisfechos supuso el 96,8% de la muestra en el caso de los hombres y 97,3% en el de las mujeres (tabla 5.77), se ha optado por distinguir entre estos dos grupos sin considerar aquellos que estaban poco o nada satisfechos, debido a su escasa frecuencia. Por este motivo se ha realizado la segmentación entre los que contestaron estar bastante satisfechos o muy satisfechos, siendo esta última la categoría objetivo.

Se analizarán las siguientes variables por considerarlas posibles factores determinantes de la satisfacción con el destino, pudiendo actuar como variables predictivas:

### **1. Tipo de destino (*TipoDest*)**

Son muchas las publicaciones que se han centrado en el estudio del turista internacional por considerar que tiende a mostrar comportamientos que los diferencia de los nacionales (Carr, 2002; Decrop, 2005; Hyde, 2008; Hyde y Decrop, 2011; Nanda *et al.*, 2007; Meharan y Barauddin, 2014; Pearce, Tan y Schott, 2004). Otros se han ocupado de diferenciar su comportamiento en función de la distancia al destino (Hyde y Laesser, 2009; Nicolau y Más, 2005). Es razonable pensar, por tanto, que el hecho de tratarse de un destino nacional o internacional puede influir en el grado de satisfacción. Por tanto, las categorías de son:

1. Nacional
2. Internacional

### **2. Estructura de la decisión del destino (*DecDestino*)**

Kirchler (1995) postula que es menos probable que los miembros de la pareja tomen sus decisiones descuidando las preferencias del otro, debido a que el objetivo último es el de maximizar la utilidad conjunta. De forma similar, la teoría de la comparación social considera que los miembros de la familia evalúan sus propias preferencias a la luz de los sentimientos de los otros miembros (Kozak, 2010). Es por eso que se incluye como variable predictiva la estructura de la sub-decisión del destino, quedando sus categorías de la siguiente forma:

1. Conjunta
2. Marido-dominante
3. Esposa-dominante

### 3. Grado de conflicto con el destino (*ConfDestino*)

El nivel de conflicto es un factor relacionado con la satisfacción asociada a las vacaciones en general (Bronner y de Hoog, 2008; Kang y Hsu, 2004). Dada la escasa frecuencia de los encuestados que expresaron haber experimentado bastante o mucha dificultad con el destino (4,9% s.m.h. y 5,4% s.m.m.) (tabla 5.72), se ha optado por dicotomizar la variable, aunque sea a costa de perder algo de información, para conseguir un modelo más sólido. Se procede así al cambio reflejado en la tabla 5.80.

**Tabla 5.80.** Transformación de la variable "conflicto con el destino"

Variable antigua: conflicto con el destino original	Nueva variable: conflicto con el destino	Categorías incluidas de la variable original de partida
	Sin conflicto	▪ Nada
	Con conflicto	▪ Poco ▪ Bastante ▪ Mucho

Esta variable queda por tanto como sigue:

1. Sin conflicto
2. Con conflicto

### 4. Consenso con el destino (*ConsDestino*)

Según Bronner y de Hoog, (2008) si el desacuerdo diádico aumenta, disminuye la satisfacción experimentada por los miembros de la pareja. Las categorías de la variable son:

1. Sin consenso
2. Con consenso

En resumen, el esquema de variables predictivas de la satisfacción con el destino de las vacaciones es el que se representa en la figura 5.32.



**Figura 5.32** Variables que influyen en la satisfacción con el destino

Fuente: Elaboración propia

### 8.3.1. SEGMENTACIÓN JERÁRQUICA DE LOS HOMBRES

En la figura 5.33 se presenta el árbol de segmentación o dendrograma para la muestra de los hombres. Los resultados del algoritmo CHAID muestran que los hombres que viajan en familia y que declararon sentirse bastante o muy satisfechos con el destino se pueden dividir en cuatro segmentos. Del nodo raíz o nodo 0 surge la muestra a dividir, compuesta de 335 hombres, de los que el 46% manifestaron sentirse bastante satisfechos y el 54% muy satisfechos o satisfechos al máximo nivel.

El mejor predictor, por tanto, de la satisfacción con el destino ha resultado ser el conflicto en su elección, variable para la que se han encontrado diferencias significativas ( $p < 0,001$ ) entre los que manifestaron algún grado de conflicto y los que no. El grupo que experimentó algún conflicto está formado por 148 individuos, de los que un 41,9% declararon estar muy satisfechos. Este nodo es terminal, al no derivarse de él ninguno más, ya que o bien no es significativo o bien no cumple el requisito relativo al criterio que se le impuso de no formar grupos menores de 30 casos. Constituye el segmento 1, que se corresponde con el nodo 1.

En el grupo que no tuvo ningún conflicto en la elección del destino, formado por 187 individuos, el porcentaje que se sintió muy satisfecho fue mayor que en el que sí lo hubo, en concreto un 63,6%. De este nodo, considerado padre porque de ellos derivan otros, resultan otros nodos hijos. Para aquellos que manifestaron no haber tenido ninguna dificultad con la decisión del destino, la variable en la que se encuentran diferencias significativas es el tipo de destino ( $p=0,010$ ). Entre aquellos individuos que no encontraron conflicto con el destino y eligieron un destino nacional, se encontraron muy satisfechos en el 59,3% de los casos, mientras que en este mismo caso, los que viajaron a un destino internacional se sintieron muy satisfechos un 81,1%, conformando este último grupo el segmento 4 (nodo 4), ya que es un nodo terminal. Este último segmento, a pesar de ser el grupo con el menor número de individuos, es el que presenta un mayor porcentaje de individuos muy satisfechos.

En el caso de los hombres que no experimentaron ningún conflicto y viajaron a un destino nacional, la mejor variable predictiva fue la estructura de la decisión al escoger el destino. Cuando fue autónoma, un 41,7% de ellos se encontraron muy satisfechos. Este grupo conforma el segmento 2 (nodo 5). Pero cuando fue conjunta, este porcentaje aumenta a un 64,9%, compuesto por 74 individuos. Es lo que se ha identificado como el segmento 3 (nodo 6).

En resumen, los segmentos encontrados en la muestra de los hombres se definen así:

- *Segmento 1:* Turistas que experimentaron algún conflicto con sus parejas en la elección del destino.
- *Segmento 2:* Turistas que no experimentaron ningún conflicto con sus parejas en la elección del destino, viajaron a un destino nacional y tomaron la decisión de forma autónoma.

- *Segmento 3:* Turistas que no experimentaron ningún conflicto con sus parejas en la elección del destino, viajaron a un destino nacional y tomaron la decisión de forma conjunta entre ellos.
- *Segmento 4:* Turistas que no experimentaron ningún conflicto con sus parejas en la elección del destino y viajaron a un destino nacional.

La tabla de ganancia de la categoría objetivo, es decir, los que están muy satisfechos, se presenta en la tabla 5.81.

**Tabla 5.81.** Tabla de ganancia para los segmentos en la muestra de hombres

Segmento	Nodo	Nodo		Ganancia		Respuesta	Índice
		N	Porcentaje	N	Porcentaje		
4	4	37	11,0%	30	16,6%	81,1%	150,1%
3	6	114	34,0%	74	40,9%	64,9%	120,1%
1	1	148	44,2%	62	34,3%	41,9%	77,5%
2	5	36	10,7%	15	8,3%	41,7%	77,1%

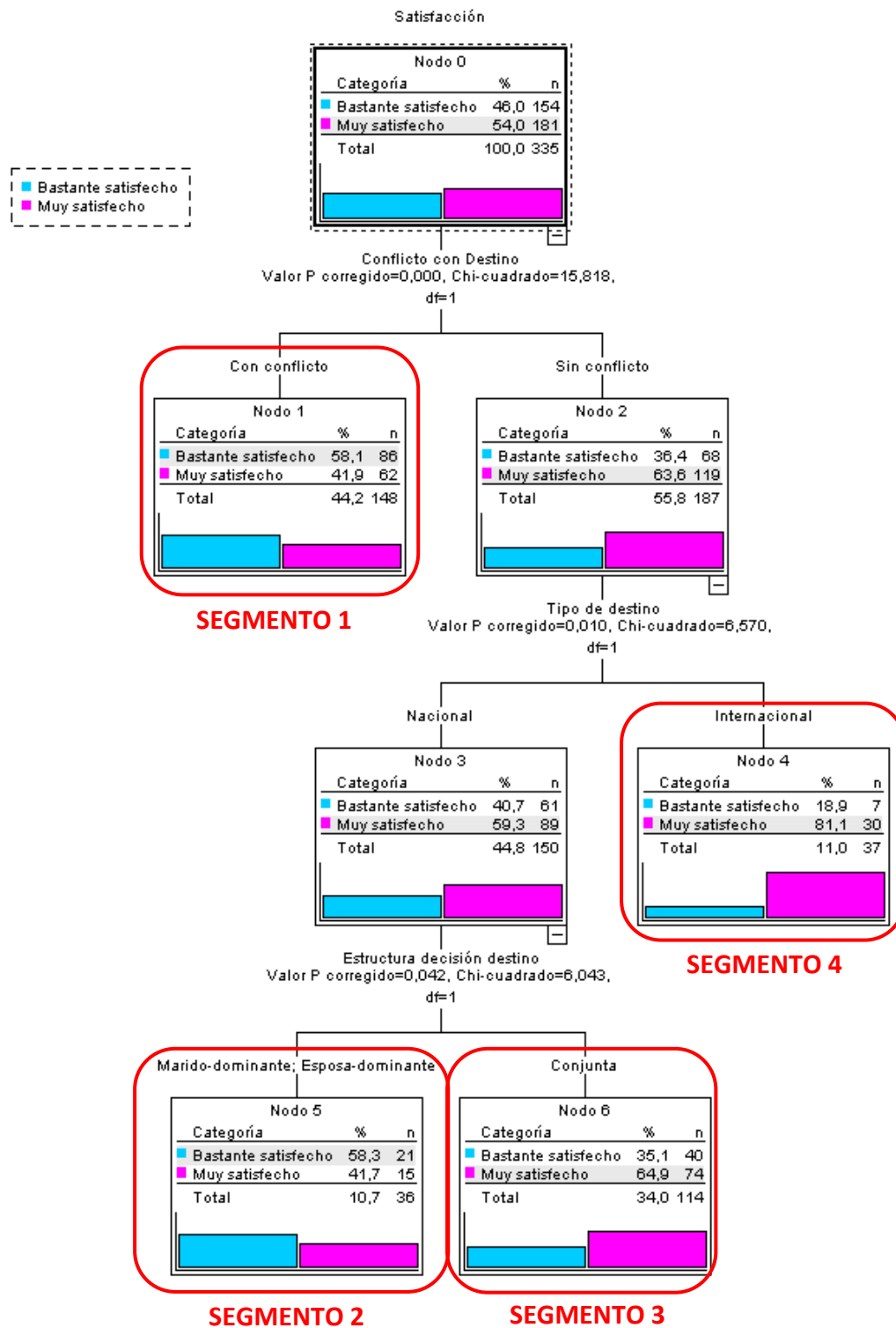
Métodos de crecimiento: CHAID

Variable dependiente: Satisfacción

El segmento con mayor porcentaje de ganancia (40,9%) es el 3. Esto significa que el grupo que incluye a un mayor número de turistas muy satisfechos es el que está formado por aquellos que no experimentaron ningún conflicto con sus parejas en la elección del destino, viajaron a un destino nacional y tomaron la decisión de forma conjunta entre ellos.

Las variables predictivas de la satisfacción con el destino de los hombres han sido, por tanto, el conflicto con la elección del destino, el tipo de destino al que se viaja y la estructura de su decisión. Por el contrario, el consenso en la percepción de la influencia ejercida en la elección del destino no ha resultado ser una variable significativa. Para confirmarlo se ha realizado un análisis mediante tablas de contingencia con la satisfacción y el consenso y no se ha podido rechazar la hipótesis nula de independencia entre ellas ( $p=0,298$ ).

Figura 5.33. Segmentación jerárquica de la satisfacción de los hombres



La capacidad predictiva del modelo es moderada (tabla 5.82), ya que clasifica bien al 63,0% de los casos, pronosticando mejor la categoría de "bastante satisfecho" (69,5%) en comparación a la de "muy satisfecho" (57,5%).

**Tabla 5.82.** Clasificación del modelo de segmentación jerárquica en la muestra de hombres

Observado	Pronosticado		
	Bastante satisfecho	Muy satisfecho	Porcentaje correcto
Bastante satisfecho	107	47	69,5%
Muy satisfecho	77	104	57,5%
Porcentaje global	54,9%	45,1%	63,0%
Riesgo	0,370		
Típ. Error	0,026		

Métodos de crecimiento: CHAID

Variable dependiente: Satisfacción

Los segmentos 4 y 3 son los denominados segmentos accionables. Son los que presentan un mayor interés para los responsables de la gestión del marketing de las empresas turísticas, dado el alto grado de satisfacción de sus componentes y sus mayores posibilidades de recomendación del destino a otros (Kozak, 2010). Presentan un índice de ganancia superior a 100%, es decir, superior al general de la muestra, ya que este índice compara la ganancia de cada grupo respecto a la media.

Con el objetivo de comprobar si existen características socio-demográficas que puedan identificar a los hombres pertenecientes a un segmento accionable, se realizan análisis mediante tablas de contingencia. Se encontró una relación significativa con la variable "situación laboral de la mujer" ( $p=0,018$ ). Según este análisis, cuando en la pareja la mujer no trabaja, la probabilidad de que el hombre pertenezca a un segmento accionable es 1,69 veces mayor (IC95%: 1,09-2,63) que cuando ella sí trabaja en la pareja.

### **8.3.2. SEGMENTACIÓN JERÁRQUICA DE LAS MUJERES**

El árbol de segmentación para la muestra de mujeres se presenta en la figura 5.34. Los resultados del algoritmo CHAID indican que las mujeres que viajan en familia y declararon sentirse bastante o muy satisfechas se pueden dividir en tres segmentos. Del nodo raíz surge la muestra a dividir, compuesta por 333 mujeres, de las que el 46,2% manifestaron sentirse bastante satisfechas y el 53,8% muy satisfechas. No se hallaron diferencias significativas de estos porcentajes respecto a la muestra de los hombres ( $p=0,877$ ).

El mejor predictor de la satisfacción con el destino en el caso de las mujeres es el tipo de destino, mostrando diferencias significativas ( $p<0,001$ ) entre las mujeres que viajaron a un destino nacional o internacional. Se observa en el dendrograma que al grupo que viajó a un destino internacional se les añaden los datos perdidos, aunque se comprueba que se trata de un único caso de los 75 que lo conforman. Las turistas que viajaron al extranjero forman el segmento 1 (nodo 2), representado por un nodo terminal y, por tanto, sin más divisiones. En este segmento, el 73,3% de las mujeres declararon estar satisfechas al máximo nivel. A pesar de ser el segmento con menor número de individuos, es el que presenta un mayor porcentaje de mujeres satisfechas en su grado máximo.

En el grupo que viajó a un destino nacional, formado por 258 mujeres, el porcentaje que se sintieron muy satisfechas fue menor que el grupo con destino internacional, representando un (73,3 vs 48,1%). A su vez, este grupo se divide en otros, en función del conflicto surgido en la elección del destino. De esta forma, aquellas mujeres que experimentaron alguna dificultad y eligieron un destino nacional se encontraron muy satisfechas en un 36,1% de los casos. En cambio, aquellas que, habiendo viajado también a un destino nacional, no apreciaron ningún conflicto al escoger el destino se sintieron muy satisfechas en el 56,7% de los casos. El primero de los

grupos forma el segmento 2 (nodo 3), mientras que el segundo forma el segmento 3 (nodo 4).

En síntesis, los segmentos identificados en la muestra de las mujeres son los siguientes:

- *Segmento 1:* Turistas que viajaron a un destino internacional.
- *Segmento 2:* Turistas que viajaron a un destino nacional y experimentaron algún conflicto con sus parejas en la elección del destino.
- *Segmento 3:* Turistas que viajaron a un destino nacional y no experimentaron ningún conflicto con sus parejas en la elección del destino.

La tabla de ganancia de la categoría objetivo, que son las mujeres que estuvieron muy satisfechas, se presenta en la tabla 5.83.

**Tabla 5.83.** Tabla de ganancia para los segmentos en la muestra de mujeres

Segmento	Nodo	Nodo		Ganancia		Respuesta	Índice
		N	Porcentaje	N	Porcentaje		
1	2	75	22,5%	55	30,7%	73,3%	136,4%
3	4	150	45,0%	85	47,5%	56,7%	105,4%
2	3	108	32,4%	39	21,8%	36,1%	67,2%

Métodos de crecimiento: CHAID

Variable dependiente: Satisfacción

El segmento que presenta mayor porcentaje de ganancia (47,5%) es el número 3. Esto significa que el grupo más numeroso de mujeres muy satisfechas fueron las que viajaron a un destino nacional y no experimentaron ningún conflicto con sus parejas en la elección del destino.

Ni la estructura de la decisión del destino ni el consenso entre la pareja respecto a la percepción de la influencia en la elección del destino han resultado ser variables significativas. Para confirmarlo se han realizado

sendos análisis mediante tablas de contingencia, comparando la satisfacción con cada una de estas dos variables. En el caso de la variable relacionada con la estructura en la elección del destino, aunque presentó una relación significativa con la satisfacción, no aparece como predictiva, por ser su significación menor que las variables del tipo de destino y el conflicto en su elección, que sí son susceptibles de predecir la satisfacción de las mujeres con el destino según el árbol de decisión ( $p < 0,001$  vs  $p = 0,003$  y  $p = 0,001$  vs  $p = 0,003$ , respectivamente). Sin embargo, para la variable relacionada con el consenso no se puede rechazar la hipótesis nula de independencia con el nivel de satisfacción ( $p = 0,357$ ).

La capacidad predictiva del modelo es moderada (tabla 5.84), ya que clasifica bien al 62,8% de los casos, pronosticando mejor la categoría de "muy satisfecha" (78,2%) en comparación con la de "bastante satisfecha", que la clasifica mal (44,8%).

**Tabla 5.84.** Clasificación del modelo de segmentación jerárquica en la muestra de mujeres

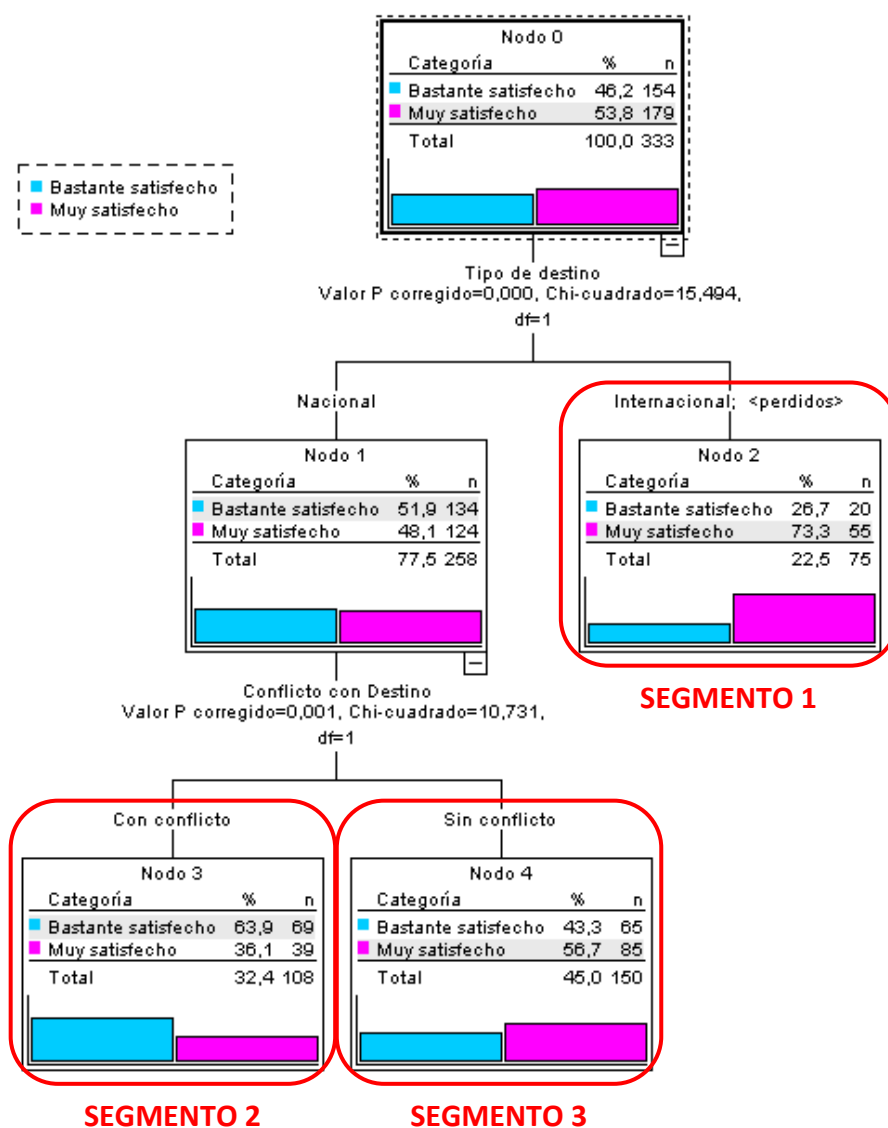
Observado	Pronosticado		
	Bastante satisfecha	Muy satisfecha	Porcentaje correcto
Bastante satisfecha	69	85	44,8%
Muy satisfecha	39	140	78,2%
Porcentaje global	32,4%	67,6%	62,8%
Riesgo	0,372		
Típ. Error	0,026		

Métodos de crecimiento: CHAID

Los segmentos 1 y 3 son los segmentos accionables, mientras que el segmento 2 no lo es. Al igual que se hizo para la muestra de los hombres, se realizaron sendos análisis mediante tablas de contingencia entre cada una de las variables socio-demográficas y el hecho de pertenecer a un segmento accionable sin que en este caso se encontraran asociaciones significativas.



Figura 5.34. Segmentación jerárquica de la satisfacción de las mujeres





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



**RESUMEN**

**I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES  
DE LAS VACACIONES**

**CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE  
LAS VACACIONES FAMILIARES**

**II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

**CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

**IV.- CONCLUSIONES**

**CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **PARTE IV: CONCLUSIONES**

### **CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES,**

### **LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

## **1. INTRODUCCIÓN**

El presente capítulo recoge las principales conclusiones de esta investigación estructuradas en dos bloques:

- Conclusiones teóricas, obtenidas a partir de la revisión bibliográfica y del análisis del estado de la cuestión.
- Conclusiones empíricas, formadas por aquellas que se desprenden de los análisis realizados en el apartado anterior.

Estas conclusiones son el fruto de una investigación que ha pretendido arrojar algo más de luz acerca del comportamiento de las parejas cuando toman las decisiones sobre las vacaciones familiares.

Como todo trabajo empírico, estas conclusiones deben interpretarse teniendo en cuenta una serie de limitaciones, que se expondrán en el presente capítulo.

Por último, se recogen las líneas de investigación futuras. Esta investigación es simplemente un eslabón de una cadena que deberá ser continuada y completada por otra serie de estudios. Se proponen desde aquí aquellos aspectos en los que sería interesante seguir investigando.

## **2. CONCLUSIONES TEÓRICAS SOBRE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES POR PARTE DE LA PAREJA**

De la revisión bibliográfica realizada a lo largo de este estudio se desprenden una serie de conclusiones que resulta interesante destacar, con el objetivo fundamental de establecer un marco teórico sintetizado para la adecuada contextualización de la TDVF que llevan a cabo las parejas. Estas conclusiones abordan cuestiones tanto desde un punto de vista general como

de aspectos más concretos, haciendo alusión a los resultados extraídos de la literatura y a las metodologías y muestras utilizadas.

***Ct. 1. Los autores han considerado tradicionalmente las vacaciones como un único producto compacto cuya toma de decisiones se lleva a cabo de forma global, sin distinguir entre las diferentes sub-decisiones que lo componen.***

Una gran cantidad de investigadores, aún hoy en día, han considerado la compra de las vacaciones como un servicio único y, por tanto, con un único proveedor con el que realizar los intercambios. No ha sido hasta hace relativamente poco tiempo que se empieza a considerar con fuerza cada una de las sub-decisiones que la componen como entes independientes cuya toma de decisiones merece un estudio por separado. Tanto Werthner (1999) como Kim *et al.* (2007) apuntaron esta idea, pese a lo cual se siguen estudiando las vacaciones como un producto compacto, en muchas ocasiones asociadas exclusivamente con el destino, sobre todo para aquellos estudios que incluyen además otro tipo de productos (Flurry, 2007; Kozac, 2009; Martensen y Grønholdt, 2008, Therkelsen, 2010).

***Ct. 2. Amplio consenso en que las vacaciones, en general, constituyen una decisión conjunta entre los miembros de la pareja.***

La conclusión que suscita un mayor consenso entre los investigadores del turismo familiar es que la elección de las vacaciones ha evolucionado en los últimos 30 años convirtiéndose en una decisión conjunta (Bronner y de Hoog, 2008). Desde el estudio de Jenkins (1978), en el que no se encontró ninguna sub-decisión del ámbito del marido, hasta la actualidad, los cambios producidos en la sociedad occidental han derivado en posiciones de influencia de la mujer, llegando a ser decisiva en una etapa tan importante como la búsqueda de información (Barlés *et al.*, 2011; 2013a; Koc, 2004; Mottiar y Quinn, 2004; Zalatan, 1998).



---

***Ct. 3. Importantes sub-decisiones y etapas dentro de la TDVF no han sido suficientemente estudiadas o no gozan de conclusiones ampliamente consensuadas.***

Tal y como se ha mostrado en las tablas 2.2 y 2.3, la elección del destino ha sido la sub-decisión que más atención ha recibido en los diferentes estudios y se puede considerar una decisión conjunta. De igual forma, la etapa de búsqueda de información ha suscitado gran interés, siendo considerada por la mayoría de los estudios del dominio de la mujer. Esta conclusión es particularmente significativa, dado que el conocimiento de quién la lleva a cabo resulta de suma importancia para la dirección comercial de las empresas turísticas. Tanto es así que se ha creado todo un cuerpo de investigaciones dedicado exclusivamente a su estudio, tal y como se ha puesto de manifiesto en el apartado 4 del capítulo 1 del presente trabajo (Chen y Gursoy, 2000; Fodness y Murray, 1997; Hyde, 2008; Ortega y Rodríguez, 2005; Perdue, 1985; Snepenger y Snepenger, 1993; Urbany, 1986).

En el ámbito de la mujer se encuentran las tareas más prácticas del viaje, mucho menos estudiadas que otras, como son: los preparativos previos de partida, las compras a realizar y hacer las maletas, que ponen de manifiesto la especialización de rol, presente aún en gran cantidad de familias (Barles *et al.*, 2011; 2013a). La influencia del marido se deja sentir más en las cuestiones relativas al presupuesto y a los aspectos financieros, en los que la influencia de la esposa es muy escasa (Belch *et al.*, 1985; Filiatrault y Ritchie, 1980; Jenkins, 1978; Kang y Hsu, 2005; Koc, 2004; Madrigal, 1993; Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998).

Aunque los investigadores han logrado ponerse más o menos de acuerdo en los aspectos citados previamente, en otros como quién es el iniciador, quién adopta la decisión final o quién elige el tipo de alojamiento, no han conseguido llegar a conclusiones más o menos acordes, siendo no obstante mayoritaria la consideración de decisión conjunta. En otras tareas

y sub-decisiones resulta arriesgado llegar a alguna conclusión general, dado que han sido escasamente estudiadas, como es el caso de la elección del tipo de vacaciones, de la agencia de viajes, de la aerolínea, del régimen de alojamiento o del paquete turístico, a pesar de su importancia para las empresas del sector (Mottiar y Quinn, 2004; Wang *et al.*, 2004; 2007).

***Ct. 4. Identificación con una decisión autónoma para aquellas cuestiones relacionadas con las vacaciones que requieren la realización de una tarea física, en contraposición con aquellas que son puramente cognitivas, las cuales se perciben como decisiones conjuntas.***

Se ha observado en la revisión de la literatura que aquellos aspectos de las decisiones que requieren algún tipo de actividad física se identifican mayoritariamente con una decisión autónoma, es decir, tomada por uno solo de los miembros, en contraposición con aquellas cuestiones puramente cognitivas, en las que abundan las decisiones conjuntas. Es el caso de aspectos como la búsqueda de información, ir a la agencia de viaje, realizar las compras durante el viaje, hacer el equipaje o realizar las reservas, en las que existe una mayoría de estudios que las catalogan como decisiones autónomas. Sin embargo, cuestiones como por ejemplo, quién fue el iniciador o el decisor final y quién eligió el destino, el alojamiento o quién determinó el presupuesto a gastar se encuentran como una decisión conjunta (véase bibliografía aportada en las tablas 2.2 y 2.3).

Esto puede ser debido a la mayor facilidad de los encuestados por identificar quién es la persona encargada de ejecutar una determinada tarea física, comparada con aquellas en las que dicha actividad no es necesaria.

---

**Ct. 5. Falta de acuerdo sobre las variables explicativas de la estructura de la decisión.**

No se han encontrado variables que expliquen de forma ampliamente consensuada el hecho de que un determinado aspecto de las vacaciones esté dominado por uno u otro miembro de la pareja, o por los dos, ya que en unas ocasiones los resultados son contradictorios y en otras, tras diferentes pruebas empíricas, no se halla que exista relación alguna. Eso se puede deber a que las características que definen a las parejas objeto de estudio se distribuyen al azar o porque los estudios no están midiendo realmente las causas que subyacen al dominio en las decisiones (Granbois y Willet, 1970).

Por otro lado, aquellos trabajos que sí encontraron una relación entre el dominio de la decisión y ciertas variables no han podido, en muchas ocasiones, ver reforzadas sus conclusiones por otras investigaciones similares debido, fundamentalmente, a la heterogeneidad de variables analizadas, más que a la falta de acuerdo acerca del efecto de cada una de ellas en concreto (Barlés *et al.*, 2013; Gursoy, 2000; Hsu y Kang, 2002; Meyer y Pennington-Gray, 2006).

**Ct. 6. Cuestionamiento de la teoría de los recursos de Blood y Wolfe (1960) para explicar las diferencias de poder entre los miembros de la pareja.**

La teoría de los recursos, descrita por Blood y Wolfe (1960), ha constituido tradicionalmente una perspectiva clave del poder marital, argumentando que el poder es aportado entre los miembros de la pareja basándose en los recursos relativos, básicamente económicos y de estatus social, con los que cada uno contribuye a la familia. Sin embargo, una serie de estudios posteriores ha venido a cuestionar su validez con resultados que contradicen a lo que estos autores expusieron. Algunas investigaciones no han podido corroborar la teoría en las muestras analizadas (Kandel y Lesser, 1972; Su *et al.*, 2008). Otros autores han

encontrado que distintos tipos de recursos se han revelado más eficientes a la hora de explicar las diferencias de poder, como son la autoestima de los esposos, el amor que se profesan o, incluso la utilización del sexo (Bokek-Cohen, 2011; Bokek-Cohen y Lissitsa, 2010). Y otros han establecido que más importante que los recursos con los que cada uno contribuye, es la importancia relativa que los miembros le otorguen a esa mayor contribución (Heer, 1963; Burns y Hooper, 1986; Granbois y Willet, 1970).

***Ct. 7. Necesidad de hacer referencia a la literatura acerca del comportamiento de compra del consumidor para productos manufacturados y servicios en general, muy diferentes al turismo, para contextualizar el comportamiento del consumidor turístico.***

El turismo es un servicio al que a las características propias de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler, 2000) se le suman las expectativas generadas sobre él y su disfrute. Implica además un gran riesgo financiero, por la cantidad de presupuesto familiar que consume, y emocional porque para la vida de muchos consumidores, las vacaciones son el principal evento que les permite romper con su rutina diaria (van Raaij y Francken, 1984). A pesar de estas características que lo hacen tan particular, no se ha constituido un cuerpo suficiente de estudios que permita delimitar de forma solvente las diferentes facetas del comportamiento del consumidor turístico. Todo esto hace que, con demasiada frecuencia, se tengan que comparar los resultados con los de la literatura de los productos manufacturados y de servicios que difieren considerablemente de las características que el turismo presenta (Gilbert, 1991; Sirakaya y Woodside, 2005; Zeithaml *et al.*, 1985).

---

**Ct. 8. Ausencia de un modelo explicativo del comportamiento de las familias en la TDVF.**

De la conclusión anterior se deduce que no existe en la TDVF un modelo global de tipo complejo inductivo, como ocurre en otros ámbitos, tales como el comportamiento del consumidor, que sirva de punto de partida formal y real para el planteamiento de hipótesis. Los investigadores no han seguido una continuidad, sino que se ha tratado más bien de trabajos aislados, difícilmente comparables entre ellos sobre cuestiones concretas. Además, se ha venido trabajando en función de tendencias, sin preocuparse demasiado por conseguir un nexo de unión entre los diferentes aspectos estudiados (Bronner y de Hoog, 2008; Decrop, 2008).

**Ct. 9. Escasez de estudios empíricos que aborden las tácticas de resolución de conflictos empleadas por las familias durante el proceso de TDVF.**

Una gran cantidad de investigaciones acerca de los conflictos y, especialmente los que abordan las tipologías de sus estrategias de resolución en el seno familiar, tanto para productos en general como para el turismo en concreto, responden a observaciones personales y al reflejo de los autores (Davis, 1976; Kirchler, 1999, Sheth 1974) más que a teorías empíricamente probadas. Este hecho, unido a la relativa juventud del interés por el tema por parte de los investigadores en el ámbito de la TDVF, hace que no sea posible representar adecuadamente cómo se lleva a cabo ese proceso en la realidad de la vida familiar.

**Ct. 10. Cuestionamiento de los resultados obtenidos en aquellos estudios basados en la percepción de un único miembro de la pareja.**

Los investigadores del turismo con frecuencia han considerado a la pareja como una unidad de toma de decisiones sin fisuras, por lo que recogen únicamente la respuesta de uno de los miembros de la pareja, generalmente la mujer (Barlés *et al.*, 2010; Green y Cunnigham, 1976;

1983; Kerstetter y Pennington-Gray, 1999; Zalatan, 1998). Dado que aquellos estudios que recogen ambas respuestas se encuentran con la problemática de que comparándolas no siempre existe el denominado consenso diádico entre las percepciones de ellos, se ponen en entredicho los resultados obtenidos cuando solamente se recoge una respuesta por pareja (Kang y Hsu, 2005; Mohan, 1995).

**Ct. 11. Conclusiones basadas fundamentalmente en muestras europeas y norteamericanas.**

La literatura en la actualidad no refleja adecuadamente los patrones de decisión vacacional de la sociedad actual, dado que la mayoría de los estudios están basados únicamente en los patrones de viaje de familias norteamericanas o europeas. Sería ingenuo aceptar que los resultados deberían generalizarse necesariamente a cualquier lugar, en especial a culturas tan diferentes como las asiáticas, que están experimentando un auge en el mercado turístico (Litvin *et al.*, 2004).

**Ct. 12. Necesidad de nuevos enfoques metodológicos.**

Dada la complejidad de medir una realidad subjetiva basada en percepciones, sería aconsejable la utilización de técnicas cualitativas que incluyesen, por ejemplo, entrevistas en profundidad. Esto permitiría completar y matizar las conclusiones alcanzadas por los diferentes estudios empíricos basados únicamente en enfoques cuantitativos (Nanda *et al.*, 2007).

Asimismo, se precisa la realización de estudios longitudinales en los que se evalúe el papel de la pareja en varias etapas de la planificación del viaje, dado que se trata de decisiones complejas que no se toman en un momento puntual sino que, salvo que se trate de viajes rutinarios, se planifican con suficiente antelación (Wahab *et al.*, 1976). Es por eso que la influencia puede variar a lo largo del tiempo, por ejemplo porque uno de los miembros consiga información adicional. Tendrían cabida en este contexto

los aspectos novedosos de la desconfirmación, o cambio de preferencias durante el proceso, ya iniciada por el estudio de Bohlmann y Qualls (2001). De igual forma, no deberían ceñirse los estudios a la toma de decisiones en la planificación del viaje, sino también durante el viaje, a lo largo del cual se toman también una serie de decisiones (Kang y Hsu, 2004; 2005).

En definitiva, esta revisión de la literatura ha permitido poner de manifiesto aquellos aspectos más estudiados por los investigadores, y otros que han recibido menos atención o se han revelado mal resueltos hasta la fecha. Aunque por razones operativas no se han podido tratar todos ellos, esta Tesis Doctoral sí que ha pretendido realizar aportaciones interesantes que complementen el estado actual de la cuestión.

### **3. CONCLUSIONES EMPÍRICAS SOBRE LA TOMA DE DECISIONES DE LAS VACACIONES FAMILIARES POR PARTE DE LA PAREJA**

En este apartado se recogen aquellos resultados más significativos obtenidos a lo largo del presente trabajo mediante los diferentes análisis realizados.

***Ce. 1. Las vacaciones familiares siguen un proceso de toma de decisión conjunta en las fases de iniciación o reconocimiento de la necesidad y, sobre todo, en la última etapa, en la que se toma la decisión final. La etapa intermedia, es decir, la de búsqueda de información, la realiza principalmente un miembro de la pareja.***

Esta conclusión coincide con los resultados obtenidos por la mayoría de las publicaciones al respecto (véase bibliografía aportada en la tabla 2.2). El reconocimiento de la necesidad de ir de vacaciones se realiza de forma conjunta en un porcentaje aproximado del 62% de las parejas, y la decisión final en un 76% de las mismas, mientras que la búsqueda conjunta de información solo se llevó a cabo por el 39% de las parejas.

---

***Ce. 2. En los casos en los que las etapas de la TDVF se realizan de forma autónoma, la influencia de la mujer es mayor que la del hombre.***

En las tres etapas del proceso de TDVF, para los casos en los que no se realizan conjuntamente por los miembros de la pareja, la mujer es más influyente que el hombre, aunque la diferencia entre la influencia de cada sexo solo es significativa en la etapa de iniciación y de decisión final.

La literatura confirma estos resultados, salvo para la fase de decisión final, dado que el número de trabajos que afirman que es una decisión dominada por el hombre es mayor que los que la atribuyen al dominio de la mujer (véase bibliografía aportada en la tabla 2.2).

***Ce. 3. Las principales sub-decisiones relacionadas con las vacaciones familiares, es decir, la elección del destino, del alojamiento, del medio de transporte, del presupuesto, de la fecha, de las actividades, de los restaurantes y de llevar o no a los hijos, se adoptan de forma conjunta.***

Todas la sub-decisiones analizadas presentan una estructura conjunta, destacando la de llevar a los hijos, la elección de los restaurantes y la del presupuesto, con porcentajes superiores al 80%. Las que se revelan conjuntas con menor frecuencia de parejas son la elección del destino, en torno a un 67%, y la del alojamiento, aproximadamente un 72%.

Los resultados se encuentran en línea con lo afirmado en la literatura (véase bibliografía aportada en la tabla 2.3), excepto en la determinación del presupuesto a gastar, ya que un gran número de estudios ha encontrado que es el hombre el que domina las decisiones relativas al presupuesto y a los aspectos financieros (Belch *et al.*, 1985; Filiatrault y Ritchie, 1980; Jenkins, 1978; Kang y Hsu, 2005; Koc, 2004; Madrigal, 1993; Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998). No obstante, este trabajo corrobora las conclusiones de otras publicaciones que determinaron que se trata de una



decisión adoptada conjuntamente por los miembros de la pareja (Barlés *et al.*, 2013a; Burns, 1977; Harcar *et al.*, 2005).

De acuerdo con Kang *et al.* (2003), las vacaciones se deciden de forma conjunta porque participan varios miembros en su toma de decisiones, se quieren disfrutar en familia y comprometen muchos recursos, lo que deriva en una mayor consideración de las preferencias de todos para reducir el riesgo de insatisfacción.

***Ce. 4. En general, en los casos en los que las sub-decisiones de las vacaciones familiares se deciden de forma autónoma, la influencia de la mujer es mayor que la del hombre.***

Pese a que todas las sub-decisiones de las vacaciones analizadas se deciden de forma conjunta, con porcentajes que oscilan entre el 67% en la elección del destino hasta el 95% en la de llevar a los hijos, en aquellos casos en los que la elección la hizo uno de los miembros de la pareja, en general, es la mujer la que tiene un papel dominante respecto al marido. En concreto, la elección del destino, del alojamiento y de las actividades a realizar presenta diferencias significativas entre la influencia de ambos sexos a favor del femenino. En la determinación del presupuesto, la elección de los restaurantes y la decisión de si llevar o no a los hijos también es la mujer la que presenta una influencia ligeramente mayor, aunque sin diferencias significativas respecto a la de los hombres (tablas 5.26 y 5.27).

Únicamente en la elección del medio de transporte la influencia del hombre supera a la de la mujer. En el caso de la fecha, mientras que las mujeres consideran que son ellos las que la determinan, los hombres asignan la misma influencia a ambos sexos, aunque en ningún caso las diferencias son significativas.

En líneas generales, los resultados extraídos concuerdan con los que los estudios han ido obteniendo a lo largo del tiempo, encontrando la

excepción más notable en la determinación del presupuesto, ya que a la mujer se le ha otorgado tradicionalmente una influencia marginal en este sentido, siendo únicamente el estudio de Yin *et al.* (2009) el que encontró que son las mujeres las encargadas de los aspectos financieros del viaje (véase bibliografía aportada en la tabla 2.3).

**Ce. 5. Cuando en el seno familiar se decide tomar unas vacaciones, las etapas del proceso y las sub-decisiones asociadas a ellas, las llevan a cabo fundamentalmente los miembros de la pareja.**

Esto implica que son pocas las parejas que o bien no tienen que tomar esa decisión (por ejemplo, hay parejas que no eligen el alojamiento porque pernoctan en casas de familiares y amigos), o bien son otras personas ajenas a ellas las que las toman (por ejemplo, los hijos). La excepción más notable se encuentra en el caso de la búsqueda de información, que para aproximadamente el 20% de las parejas fue una etapa que la pareja no llevó a cabo. Las explicaciones pueden ser varias. Es posible que se trate de viajes rutinarios, en cuyo caso no se busca información, o puede que esta búsqueda la realicen otras personas que les acompañen en las vacaciones, por ejemplo, los hijos o amigos que formen parte del grupo de viaje. Esta última explicación concuerda con los resultados mostrados por Wang *et al.* (2007), que encontraron que, “otros” tenían un alto grado de influencia en la etapa de búsqueda de información.

Por tanto, se corrobora que los principales agentes en la TDVF son la pareja en comparación con la importancia de los hijos (Belch *et al.*, 2005; Decrop y Snelders, 2005; Ekstrom *et al.*, 1986; Filiatrault y Ritchie, 1980; Kozak y Karadag, 2012; Ritchie y Filiatrault, 1980; Wang *et al.* 2004), encontrando así no solo justificación teórica, sino también empírica, al hecho de que este trabajo se haya centrado únicamente en la influencia relativa de la pareja.

---

***Ce. 6. La división del estudio de las vacaciones familiares según las etapas de su proceso de toma de decisión y de las diferentes sub-decisiones que las componen está justificada al presentar diferencias entre ellas.***

Existen diferencias tanto en la forma de influir en las etapas del proceso de TDVF comparadas entre sí, como cuando la comparación se hace entre las diferentes sub-decisiones que la pareja tiene que decidir al plantearse tomar unas vacaciones en familia. Es decir, cada una de ellas requiere que su estudio se lleve a cabo por separado, y no como han venido haciendo un gran número de investigadores, quienes, bajo la denominación general de "vacaciones" como producto compacto que se adquiere, han obtenido conclusiones sobre su toma de decisiones (Flurry, 2007; Kozac, 2009; Martensen y Grønholdt, 2008, Therkelsen, 2010).

***Ce. 7. En general, cuando la mujer trabaja fuera de casa, hay más probabilidad de que las decisiones relacionadas con las vacaciones sean tomadas por uno de los miembros de la pareja. En caso contrario, las decisiones tienden a ser conjuntas entre ellos.***

Esta conclusión es especialmente cierta cuando se trata de tomar la iniciativa de ir de vacaciones y de elegir el destino y el medio de transporte, ya que es una percepción que comparten tanto los hombres como las mujeres. Se trata de un resultado que, en cierta forma, contradice lo que se ha venido afirmando por parte de la literatura, que establece que si la mujer trabaja fuera del hogar, las decisiones vacacionales tienden a ser conjuntas (Lederhaus y King, 1981; Martínez y Polo, 1999b; Pegues, 2015b; Weller, 1968), y si trabaja en casa, el grado de influencia del hombre aumenta (Green y Cunningham, 1976; Jenkins, 1978; Martínez y Polo, 1999b; Shukla, 1987).

Los resultados de este trabajo se alinearían, en cierta forma, con los encontrados por Cosenza y Davis (1980), que establecieron que si la mujer

trabaja fuera del hogar, las decisiones vacacionales están influidas por ella, pero si no trabaja fuera, la decisión tiende a ser más conjunta.

En cualquier caso, este resultado no contradice los principios que postula la teoría de los recursos de Blood y Wolfe (1960). Como se aprecia en las tablas 5.15, 5.16, 5.26 y 5.27, la mayoría de las decisiones autónomas son mayoritariamente del dominio de la mujer, salvo en el caso de la elección del medio de transporte y de la fecha, lo que induce a pensar que cuando la mujer trabaja fuera del hogar, hay más probabilidad de que la decisión la tome uno de los miembros de la pareja y, a su vez, más probabilidad de que efectivamente sea ella.

***Ce. 8. Cuando las decisiones vacacionales no son conjuntas y la mujer tiene mayor nivel de estudios que su pareja, aquellas serán del dominio de la mujer con una mayor probabilidad.***

Ocurre principalmente cuando se trata de buscar información sobre las vacaciones y de elegir el destino. Por el contrario, no se ha encontrado ningún ámbito en el que fuera el nivel de estudios del hombre el que condicionara el dominio de la decisión. Sin embargo, cuando este nivel está equilibrado entre los dos, se incrementa la probabilidad de que la decisión se adopte conjuntamente. Tal es el caso de la elección del destino, del alojamiento y la determinación del decisor final, es decir, de quién es el que finalmente decide que la familia se tomará unas vacaciones (tablas 5.50 y 5.64).

Esta conclusión está de acuerdo con lo que la literatura establece como norma general (Lederhaus y King, 1981; Martínez y Polo, 1999b Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998).

---

**Ce. 9. Viajar a un destino internacional incrementa la probabilidad de que las decisiones vacacionales sean adoptadas básicamente por uno de los miembros de la pareja.**

En general, cuando se escoge un destino internacional, la principal influencia recae en uno de los miembros de la pareja, sobre todo en lo referente a la búsqueda de información y a la determinación del presupuesto. Las razones de estos resultados pueden radicar en que viajar a un destino internacional requiere, por norma general, una intensidad de búsqueda mayor, con el objetivo de reducir la incertidumbre (Werthner y Kein, 1999). Probablemente esta tarea, más compleja y con mayores requerimientos de tiempo que para los destinos nacionales, recaerá en uno de los miembros de la pareja, quien, posteriormente, compartirá la información obtenida con el compañero, incluida la referida a precios y características de las alternativas y, por tanto, será quien acabe determinando el presupuesto que finalmente se gastará la pareja en las vacaciones. Además, se ha observado que, en caso de que la mujer tenga un mayor nivel educativo, será generalmente ella la que realice la tarea de búsqueda (tablas 5.50 y 5.64).

No obstante, esta conclusión sobre el tipo de destino como variable explicativa de la influencia, hay que interpretarla con cautela dado que, a pesar de ser el destino un aspecto al que los investigadores le han dedicado gran atención (Barlés *et al.*; 2011; 2013a; Burns, 1977; Cunningham y Green, 1974; Douglas y Wind, 1978), no se ha considerado su división en las categorías nacional e internacional como posible factor explicativo del dominio de la pareja en los diferentes ámbitos de decisión. Por tanto, se deberán realizar más estudios a este respecto para comprobar los resultados encontrados en este trabajo.

---

***Ce. 10. Viajar con una mayor frecuencia incrementa la probabilidad de que uno de los miembros de la pareja sea el que adopte las decisiones de las vacaciones.***

La frecuencia con la que la familia viaja ha resultado ser una variable que afecta a la estructura de la decisión, aunque su efecto sobre los diferentes ámbitos de decisión se encuentra difuminado, no siendo siempre compartido por la percepción de hombres y mujeres. El efecto más claro es el que se produce en la elección del alojamiento, de forma que las parejas que viajan con mayor frecuencia muestran una mayor tendencia a que el alojamiento lo decida principalmente uno de ellos. Este resultado se encuentra en línea con el trabajo de Koc (2004), que argumenta que esto es así porque, debido a experiencias pasadas, un miembro de la pareja confía en la elección que pueda hacer el otro.

***Ce. 11. El hecho de que la mujer tenga más estudios que el hombre se considera una variable más influyente según los hombres que según ellas mismas.***

Resulta interesante analizar las diferencias que revelan los análisis según las muestras de hombres y mujeres, llamando especialmente la atención la consideración que tienen de la diferencia de nivel de estudios. Cuando se analizan las decisiones autónomas, es decir, de decisiones tomadas por un miembro de la pareja, el hecho de que la mujer tenga más estudios que el hombre repercute más según la percepción de ellos que según la de ellas (tablas 5.50 y 5.64).

Esto ocurre cuando se propone ir de vacaciones, se determina el presupuesto a gastar o se escogen las actividades a realizar. En estos casos, ellos perciben que el hecho de que la mujer tenga más estudios hace que aumente la probabilidad de que, si no se decide conjuntamente, será ella la que decida. Sin embargo, esto no ocurre según la percepción de ellas. Solo en la determinación de la fecha y la elección de los

restaurantes, aunque las mujeres perciben que su mayor nivel de estudios hace que sean las principales decisoras, ellos no lo perciben así.

Este resultado corrobora la afirmación realizada por Burns y Hooper (1986), los cuales argumentaron que aunque la teoría de los recursos asume implícitamente que ambos miembros de la pareja perciben de la misma forma las aportaciones que se realizan, la valoración que cada uno de ellos hace de dichas aportaciones, como por ejemplo tener más estudios, puede no ser la misma.

***Ce. 12. Existe en general un buen nivel de consenso entre los miembros de la pareja, tanto a nivel agregado como de pareja.***

La mayoría de estudios no han encontrado diferencias entre la percepción de los maridos y las mujeres a un nivel agregado (White y Johnson, 2001), por lo que los hallazgos de este trabajo reafirman lo publicado previamente. Sin embargo, a nivel de parejas, los resultados han mostrado porcentajes de consenso sobre la influencia relativa de la pareja superiores al 80%, siendo, por tanto, más elevados que en la mayoría de trabajos anteriores, en los que los porcentajes oscilaban entre un 60% y un 80% (Dellaert *et al.*, 1998; Filiatrault y Ritichie, 1980; Martínez y Polo, 1999a; 1999b; Lee y Marshall, 2015; Litvin *et al.*, 2004; Xia *et al.*, 2006).

También ha sido muy elevada la concordancia en la percepción de la existencia de conflictos, así como la de la táctica de influencia utilizada cuando la pareja adoptó las decisiones vacacionales. Esto coincide con lo que establecieron Kang y Hsu (2004; 2005) cuando afirmaron que ambos esposos pueden haber recordado bien las estrategias utilizadas en el proceso de selección del destino y coincidir, por tanto, en su percepción debido a su relevancia.

A pesar de los elevados porcentajes de consenso, si se tiene en cuenta que cuando un fenómeno se produce con mucha más frecuencia que el contrario (por ejemplo, que una decisión sea conjunta o que no exista

conflicto entre la pareja), la concordancia de respuestas puede ser debida en gran parte al azar. Hay mayor probabilidad de que las respuestas coincidan si la prevalencia del fenómeno se decanta claramente por una opción. Esto lleva a interpretar con cautela los altos porcentajes de consenso mostrados por las parejas.

Por tanto, los resultados obligan a los investigadores a tener que valorar si confían en una única respuesta por pareja, considerando adecuado ese nivel de acuerdo, o a recoger la información de los dos miembros, a expensas de incrementar los esfuerzos económicos y de tiempo y/o disminuir el tamaño muestral.

***Ce. 13. Existe una baja probabilidad de aparición de conflicto entre las parejas cuando se toman las decisiones vacacionales.***

No obstante, la fecha es la elección que genera conflicto con una mayor frecuencia, en contraposición con la decisión de llevar a los hijos. En el caso del destino, cuando el conflicto aparece, lo hace con una baja intensidad. Ambas afirmaciones vienen a reforzar lo que dicen estudios anteriores, que no consideran que existan conflictos serios durante la toma de decisión de las vacaciones (Belch *et al.*, 1980; Kang y Hsu, 2004; Nanda *et al.*, 2007).

***Ce. 14. Convivir durante más tiempo y ser una pareja en la que el hombre no supera el nivel educativo de la mujer reduce la probabilidad de que aparezca conflicto al elegir el alojamiento y al determinar el presupuesto a gastar, respectivamente.***

Investigaciones pasadas han encontrado que, en la línea con la conclusión obtenida, los años de matrimonio derivan en un menor conflicto entre los esposos, aunque sin especificar que sea concretamente en la elección del alojamiento (Dong y Li, 2007; Kang y Hsu, 2004; Kirchler, 1993; Spiro, 1983). Por contra, no se ha encontrado en la revisión bibliográfica una relación clara entre las diferencias de nivel educativo y la



probabilidad de aparición de conflicto, por lo que se propone como un tema interesante de futuras investigaciones.

***Ce. 15. Las estrategias de resolución de conflictos más utilizadas por las parejas durante la TDVF son la de hablar y razonar entre ellos y buscar más información.***

Se trata de una conclusión compartida por investigaciones previas que han estudiado la compra de las vacaciones familiares en concreto (Belch *et al.*, 1980; Kang y Hsu, 2004; 2005; Kozak, 2010).

En este trabajo no se ha encontrado que ninguna pareja haya utilizado la estrategia descrita por Bokek-Cohen (2008), basada en que un miembro de la pareja se alía con otros miembros de la familia para influir en la elección de su compañero. De igual forma, tampoco se han encontrado, al igual que en publicaciones anteriores, parejas que recurrieran al ejercicio de la autoridad, posiblemente debido a sus connotaciones negativas y a la tendencia de los encuestados a mostrar comportamientos socialmente deseables cuando se les pregunta sobre cuestiones relacionadas con el comportamiento familiar (Belch *et al.*, 1980; Kang y Hsu, 2005).

***Ce. 16. El grado de satisfacción que experimentaron las parejas con el destino seleccionado fue muy elevado, sin mostrar grandes diferencias entre sus miembros.***

En efecto, en más del 96% de los casos, los miembros de la pareja se sintieron o bastante o muy satisfechos. No obstante, al igual que los resultados obtenidos por Kang y Hsu (2005), las mujeres están ligeramente más satisfechas que los hombres, consideradas conjuntamente como grupo y también al comparar su satisfacción con la de su compañero.

---

***Ce. 17. No experimentar ningún conflicto en la elección del destino y viajar al extranjero son factores que afectan positivamente a la satisfacción con el destino.***

Sin embargo, estas dos circunstancias no afectan con la misma intensidad a la satisfacción de los hombres y las mujeres. En tanto que para ellos la aparición de conflicto en la elección del destino resulta ser el principal factor determinante de su satisfacción con el mismo, para ellas es más relevante haber viajado a un destino internacional.

La relación entre la satisfacción y la presencia de conflicto observada en el presente trabajo contradice lo que afirmaron Kang y Hsu (2004), indicando que la presencia de conflicto en la elección del destino entre los miembros de la pareja no hace decrecer necesariamente el nivel de satisfacción. No obstante, parece lógico pensar que la existencia de conflicto a la hora de escoger el destino implica que al menos uno de los miembros de la pareja tuvo que ceder, en contra de sus preferencias individuales, afectando así a su satisfacción.

Por otro lado, la relación entre la satisfacción con el destino y el hecho de que este sea nacional o internacional ha sido una cuestión escasamente estudiada con anterioridad. En cambio, ha sido más frecuente comparar, para un destino en concreto, la satisfacción experimentada por los turistas que provienen de otros países con la de los nacionales, como en el caso de Tailandia, en el que los turistas internacionales estuvieron más satisfechos que el turista doméstico (Mechinda, Serirat y Guild, 2009; Tidichumrernporn *et al.*, 2010).

La explicación a esta mayor satisfacción con los destinos internacionales podría radicar en la teoría de la disonancia cognitiva, que afirma que cuando existen discrepancias entre las expectativas creadas para un producto y su rendimiento, se genera una tensión psicológica que lleva al consumidor a minimizar la desviación, haciendo su percepción del producto más consistente con las expectativas (Valera, 1992). Debido a que es

lógico pensar que los destinos internacionales generan unas expectativas mayores al requerir generalmente un mayor desembolso económico (Hyde y Decrop, 2011), en los casos en los que el destino no ha cubierto las expectativas podría existir una tendencia a sobrestimar la satisfacción que tal destino ha reportado.

Por otro lado, algunos autores han sugerido que los turistas con aversión al riesgo, especialmente los que quieren reducir su riesgo de insatisfacción, cuando escogen el destino tienen como criterio la familiaridad con el lugar, por lo que permanecen en algún destino familiar, incluso si no están del todo satisfechos (Giltenson y Crompton, 1984; Mechinda *et al.*, 2009; Oppermann, 1998). Sin embargo, son necesarios más estudios al respecto que confirmen estas posibles explicaciones.

La forma de elección del destino, es decir, que se decida conjuntamente o no, repercute en la satisfacción experimentada principalmente en el caso de los hombres, que se encontraron más satisfechos si lo escogieron conjuntamente con su pareja, lo que coincide con las publicaciones de Kirchler (1995) y Kozak (2009).

En cambio, no se ha podido demostrar la existencia de una relación entre el consenso entre los miembros de la pareja sobre la percepción de la influencia ejercida cuando se escogió el destino y la satisfacción asociada al mismo, a pesar de lo postulado por Bronner y de Hoog (2008). Según estos autores, si la pareja no coincide en la percepción sobre quien ejerció mayor influencia, es decir, si existió desacuerdo diádico, disminuye la satisfacción con las vacaciones experimentada por los miembros de la pareja.

En general, los resultados empíricos en este trabajo refuerzan las conclusiones de la literatura en todos los ámbitos, aunque con matizaciones e introducción de nuevas variables a considerar. Se trata de aportaciones interesantes que contribuyen al enriquecimiento del estado actual de la



cuestión. Dichas aportaciones quedan recogidas en la tabla 6.1. Especialmente relevante ha sido la constatación de que confiar en un único punto de vista, el del hombre o el de la mujer, puede llevar a aceptar unos resultados como válidos que, sin embargo, no se cumplen en el otro sexo, a pesar de estar evaluando la misma realidad.

**Tabla 6.1.** Aportaciones de los resultados al estado de la cuestión

SUB-OBJETIVO	APORTACIONES AL ESTADO DE LA CUESTIÓN
<b>Sub-objetivo CE1.1.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las etapas del proceso	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CE1.2.:</b> Comparar las etapas del proceso de TDVF según los roles de los miembros de la pareja	Justificación del estudio por separado de las etapas del proceso de TDVF
<b>Sub-objetivo CE1.3.:</b> Identificar los roles ejercidos por los miembros de la pareja en la TDVF según las sub-decisiones	Refuerzo de los resultados generales de la literatura, salvo para el caso de la decisión del presupuesto
<b>Sub-objetivo CE1.4.:</b> Comparar las sub-decisiones de las vacaciones familiares según los roles de los miembros de la pareja	Justificación del estudio por separado de las sub-decisiones de las vacaciones familiares
<b>Sub-objetivo CE2.1.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las etapas del proceso	En general, existe acuerdo con la literatura en la relevancia de la variable "situación laboral de la mujer". Se revela en este estudio por primera vez el "tipo de destino" como una variable explicativa
<b>Sub-objetivo CE2.2.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión conjunta <i>versus</i> autónoma según las sub-decisiones	En general, existe acuerdo con la literatura en la relevancia de la variable "situación laboral de la mujer"
<b>Sub-objetivo CE2.3.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las etapas del proceso	En general, existe acuerdo con la literatura en la relevancia de la variable "diferencia del nivel de estudios"
<b>Sub-objetivo CE2.4.:</b> Identificar las variables explicativas de la decisión marido-dominante <i>versus</i> esposa-dominante según las sub-decisiones	En general, existe acuerdo con la literatura en la relevancia de la variable "diferencia del nivel de estudios"
<b>Sub-objetivo CE3.1.:</b> Identificar la aparición de conflicto en el proceso de elección de las sub-decisiones de las vacaciones familiares	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CE3.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con la aparición de conflicto entre la pareja según las sub-decisiones	En general, existe acuerdo con la literatura en la relevancia de la variable "tiempo de convivencia". Se revela en este estudio por primera vez la "diferencia del nivel de estudios" como una variable relacionada con la aparición de conflicto
<b>Sub-objetivo CE3.3.:</b> Identificar el grado de conflicto	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CE3.4.:</b> Identificar las tácticas de resolución de conflicto empleadas por las parejas en el proceso de TDVF	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CE3.5.:</b> Identificar las variables relacionadas con las tácticas de resolución de conflictos empleadas por las parejas en la TDVF	No se identifica ninguna variable relacionada
<b>Sub-objetivo CE4.1.:</b> Determinar la satisfacción de las parejas con el destino de las vacaciones familiares	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CE4.2.:</b> Comparar la satisfacción con el destino entre los miembros de la pareja	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CE4.3.:</b> Identificar las características del destino y de su proceso de decisión que influyen en la satisfacción con el mismo	En general, existe acuerdo con la literatura en la relevancia de la variable "existencia de conflicto". Se revela en este estudio por primera vez el "tipo de destino" como una variable relacionada con la satisfacción del mismo

**Tabla 6.1 (Cont.).** Aportaciones de los resultados al estado de la cuestión

SUB-OBJETIVO	APORTACIONES AL ESTADO DE LA CUESTIÓN
<b>Sub-objetivo CO.1.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas, a nivel agregado y de pareja	Refuerzo de los resultados generales de la literatura, aunque con necesidad de matizaciones, según la prueba estadística utilizada
<b>Sub-objetivo CO.2.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las etapas	Al igual que en los resultados generales de la literatura, no se encuentran variables relacionadas con la existencia de consenso
<b>Sub-objetivo CO.3.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones, a nivel agregado y de pareja	Refuerzo de los resultados generales de la literatura, aunque con necesidad de matizaciones, según la prueba estadística utilizada
<b>Sub-objetivo CO.4.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la influencia relativa según las sub-decisiones	Al igual que en los resultados generales de la literatura, no se encuentran variables relacionadas con la existencia de consenso
<b>Sub-objetivo CO.5.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la aparición de conflicto, a nivel agregado y de pareja	Refuerzo de los resultados generales de la literatura, aunque con necesidad de matizaciones, según la prueba estadística utilizada
<b>Sub-objetivo CO.6.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la aparición de conflicto	Al igual que en los resultados generales de la literatura, no se encuentran variables relacionadas con la existencia de consenso
<b>Sub-objetivo CO.7.:</b> Identificar el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada, a	Refuerzo de los resultados generales de la literatura
<b>Sub-objetivo CO.8.:</b> Identificar las variables relacionadas con el consenso en la percepción de la táctica de resolución empleada	Al igual que en los resultados generales de la literatura, no se encuentran variables relacionadas con la existencia de consenso

## 4. LIMITACIONES, RECOMENDACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Aunque las limitaciones, las recomendaciones y las futuras líneas de investigación han ido apareciendo implícita y explícitamente a lo largo del trabajo, se expone en este apartado una síntesis de las mismas. Se trata de señalar, por un lado, las limitaciones más importantes de las que adolece este estudio. Y por otro lado, se indican recomendaciones que se consideran interesantes para que sucesivas investigaciones permitan ir constituyendo un grupo de estudios que posibilite una visión más ajustada sobre la toma de decisiones de las familias en el ámbito turístico.

La principal limitación del trabajo que aquí se ha expuesto es la utilización de la técnica de muestreo por conveniencia ya que, dada la dificultad de recoger más de una respuesta por hogar, la utilización de una técnica probabilística presenta grandes dificultades. Sin embargo, esta limitación ha intentando mitigarse mediante tres acciones: la ampliación del espacio geográfico de la muestra escogida; un tamaño de la misma que puede considerarse adecuado, siendo, además, superior a los que se han utilizado en este tipo de trabajos; y una equiparación entre la población estudiada y la muestra utilizada mediante el nivel educativo, considerada una variable fundamental para explicar el comportamiento turístico.

Otra limitación del estudio ha sido la falta de consideración de la influencia de los hijos y de otras personas susceptibles de formar parte del grupo de viaje, aunque la literatura confirma que es la pareja la principal decisora de las vacaciones familiares (Belch *et al.*, 2005; Decrop y Snelders, 2005; Kozak y Karadag, 2012; Wang *et al.*, 2004). Sin embargo, para tener una visión completa de la toma de decisiones de las vacaciones familiares sería preciso considerar todos los agentes que de una forma u otra intervienen en el proceso. En este sentido, y a la vista de los resultados obtenidos en este trabajo, en un aspecto tan importante como la búsqueda de información, la influencia de los hijos puede resultar clave por su experiencia con Internet.

Adicionalmente, al utilizar preguntas directas sobre la influencia ejercida por cada miembro de la pareja se ha asumido que, en primer lugar, conocen la influencia relativa de cada uno de ellos; en segundo lugar; reconocen la que tienen los demás; y, en tercer lugar, son capaces de recordar con precisión cómo tuvo lugar el proceso de la toma de decisión. Sin embargo, estas premisas pueden ser cuestionables. Por este motivo, con el objeto de no confiar en uno solo de los miembros, se han recogido las respuestas de ambos. Aunque esto no soluciona la limitación comentada, permite poner en evidencia las diferencias existentes entre ambas percepciones. Por consiguiente, resultaría muy interesante en el futuro analizar las causas por las que se



produce la falta de acuerdo entre los miembros de la pareja y establecer las características identificativas del individuo que tiene una visión más ajustada de la realidad.

En este mismo sentido, resulta interesante recomendar que las preguntas se formulen llevándolas al nivel más concreto posible, con el objetivo de ayudar a identificar de la forma más ajustada a la realidad al miembro que ejerce la influencia primaria en una determinada cuestión. Por ejemplo, se podría preguntar sobre quién fue la primera persona que en una conversación "habló de ir de vacaciones", en lugar de preguntar genéricamente sobre quién fue el "iniciador de las vacaciones".

Aunque se han recogido las respuestas de los dos miembros de la pareja, no ha sido posible verificar si realmente fueron rellenadas por separado y sin realizar consultas entre ellos. Por eso, otras técnicas de recogida de datos tales como la observación o la entrevista en profundidad pueden ser útiles como complemento para medir aspectos como la influencia de los esposos o la aparición del conflicto, sin tener que basarse necesariamente en percepciones. Los estudios longitudinales también pueden aportar información muy valiosa al permitir poner de manifiesto los cambios que puedan producirse a lo largo del tiempo en los roles ejercidos por los miembros de la familia y en la resolución de conflictos.

En otro orden de cosas, el estudio solamente ha considerado variables socio-económicas y de comportamiento de viaje, siendo interesante incluir en futuras investigaciones otro tipo de variables actitudinales y de estilos de vida, tales como la orientación de roles de género de las parejas, la comunicación familiar, la satisfacción marital o la implicación mostrada por cada miembro de la familia en la compra de un determinado producto turístico.

Otro tipo de familias como las monoparentales, las reconstituidas o parejas del mismo sexo deberían tener más consideración en futuros estudios, porque a pesar de estar presentes en la sociedad actual, tienen un bajo reflejo







en los estudios del comportamiento turístico. Sería deseable asimismo ampliar este estudio a parejas que se encuentren en una etapa del ciclo de vida diferente.

De igual forma, la realización de estudios internacionales pondrían de manifiesto las diferencias existentes en las sociedades y culturas ya que, aun siendo este un mundo globalizado, estas diferencias deben ser conocidas y analizadas por las empresas multinacionales turísticas proveedoras de los diferentes servicios.

En definitiva, tal y como apuntaron Bravo y Martínez (2003), la dificultad de medición de las influencias entre los miembros de la pareja, la imposibilidad de aislar cada una de las variables determinantes del comportamiento de compra, la infinidad de variables moderadoras de la influencia, o la dificultad que conlleva el estudio de estos comportamientos debido a su carácter variable en el tiempo, son sólo una pequeña muestra de que todavía en este campo queda mucho camino por recorrer.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **PART IV: CONCLUSIONS**

### **CHAPTER 6: CONCLUSIONS, LIMITATIONS AND RECOMMENDATIONS**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **1. INTRODUCTION**

This chapter presents the main findings of this research structured in two blocks:

- Theoretical findings, obtained from the literature review and analysis of the current state of knowledge.
- Empirical findings, formed by those emerging from the analyses performed in the previous section.

These findings are the result of a research study that has attempted to shed some more light on the behaviour of couples when making decisions about family holidays.

Like any empirical study, these findings should be interpreted while taking into account a number of limitations, which will be discussed later in this chapter.

Finally, future lines of research are discussed. This research is just one link in a chain that should be continued and completed by another series of studies. Proposed here are certain aspects that would be interesting to investigate further.

## **2. THEORETICAL FINDINGS ON FAMILY HOLIDAY DECISION-MAKING BY COUPLES**

A series of interesting findings emerge from the literature review conducted throughout this study, and these should be highlighted with the ultimate goal of establishing a summarised theoretical framework for the appropriate contextualisation of FHDM carried out by couples. These findings address issues both from a general point of view and a more specific perspective, referring to the results extracted from literature and the samples and methodologies used.



***Tc1. The authors have traditionally regarded the holiday as a single compact product whose decision-making is carried out globally, without distinguishing between different sub-decisions involved in this process.***

Many researchers, even today, consider the holiday purchasing process as a single service and, therefore, with a single provider for all exchanges. It was not until relatively recently that greater consideration was given to each of the sub-decisions composing the process as independent entities whose decision-making deserves a separate study. Both Werthner (1999) and Kim *et al.* (2007) pointed at this idea, even though holidays are still being studied as a single product, in many cases exclusively associated with the destination, especially for those studies which also include another type of product (Flurry, 2007; Kozac, 2009; Martensen and Grønholdt, 2008, Therkelsen, 2010).

***Tc2. Broad consensus that holidays, in general, are a joint decision taken between the partners.***

The conclusion that arouses the greatest consensus amongst family tourism researchers is that the way in which holidays are chosen has evolved over the past 30 years to become a joint decision (Bronner and de Hoog, 2008). Since the study of Jenkins (1978), in which there was no sub-decision from the husband, up to the present date, changes in Western society have resulted in women in positions of influence, with them becoming decisive in such an important stage as is the search for information (Barlés *et al.*, 2011; 2013a; Koc, 2004; Mottiar and Quinn, 2004; Zalatan, 1998).

---

***Tc3. Important sub-decisions and stages within FHDM have not been sufficiently studied or do not have widely agreed-upon findings.***

As shown in the tables 2.2 and 2.3, the choice of destination is the sub-decision that has received most attention in different studies and can be considered a joint decision. Similarly, the information search stage has aroused great interest, being considered the domain of women by most of the studies. This finding is particularly significant because knowledge of who performs this function is extremely important for sales management teams of tourism companies. So much so that a whole body of tourism research exclusively dedicated to its study has been created, as revealed in section 4 of Chapter 1 of this paper (Chen and Gursoy, 2000; Fodness and Murray, 1997; Hyde, 2008; Ortega and Rodríguez, 2005; Perdue, 1985; Snepenger and Snepenger, 1993; Urbany, 1986).

In the domain of women are the more practical tasks of the holiday, far less studied than others, such as pre-departure preparations, shopping and packing, which highlight the specialisation of roles, still present in many families (Barles *et al.*, 2011; 2013a). The influence of the husband is felt more when it comes to budget-related and financial aspects, in which the influence of the wife is very low (Belch *et al.*, 1985; Filiatrault and Ritchie, 1980; Jenkins, 1978; Kang and Hsu, 2005; Koc, 2004; Madrigal, 1993; Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998).

Although researchers have started to more or less agree on the aforementioned aspects, there is still no general consensus on factors such as who is the initiator, who makes the final decision or who chooses the type of accommodation, although the majority do consider them to be joint decisions. In other tasks and sub-decisions, it is risky to draw any general conclusion, as they have been poorly studied; these include the choice of the type of holiday, the travel agency, the airline, the board basis or the tour package, despite their importance for tourism industry companies (Mottiar and Quinn, 2004; Wang *et al.*, 2004; 2007).

---

***Tc4. Identification with a separate decision for holiday-related matters that require a physical task as opposed to those that are purely cognitive, which are perceived as joint decisions.***

It has been noted in the literature review that aspects of decisions requiring some type of physical activity are principally identified with an independent decision, in other words, one that is taken by only one partner. In contrast, joint decisions are prevalent when it comes to cognitive questions. This applies to issues such as searching for information, going to the travel agency, shopping during the trip, packing suitcases or making reservations, where there is a majority of studies which categorise them as separate decisions. However, issues such as who was the initiator or the final decision-maker, who chose the destination or accommodation, or who determined the budget available, are considered joint decisions (see literature provided in the tables 2.2 and 2.3).

This may be due to the greater ease of respondents in identifying which person is responsible for performing a particular physical task compared to those in which said activity is not necessary.

***Tc5. Lack of agreement on the explanatory variables of the structure of the decision.***

No variables have been found explaining in a widely agreed-upon manner that a particular aspect of the holiday is dominated by one or the other partner, or by both, since on some occasions the results are contradictory, and on others, after different empirical tests, there is no relationship whatsoever. That may be due to the defining characteristics of the couples under study being randomly distributed, or because the studies are not really measuring the underlying causes of power in decision-making (Granbois and Willet, 1970).

On the other hand, tasks where a relationship was found between power in decision-making and certain variables did not, on many occasions, see



their findings reinforced by similar research. This was mainly due to the heterogeneity of variables analysed rather than the lack of agreement about the effect of each one in particular (Barlés *et al.*, 2013; Gursoy, 2000; Hsu and Kang, 2002; Meyer and Pennington-Gray, 2006).

***Tc6. Questioning Blood and Wolfe's (1960) resource theory to explain the differences in power between the partners.***

The resource theory described by Blood and Wolfe (1960) has traditionally been a key perspective of marital power, arguing that power is contributed between the partners based on relative resources, basically economic and related to social status, with which each one contributes to the family. However, a number of subsequent studies have come to question its validity with results that contradict what these authors stated. Some studies have failed to corroborate the theory in the samples analysed (Kandel and Lesser, 1972; Su *et al.*, 2008). Other authors have found that different types of resources have proved more efficient in explaining differences in power, such as self-esteem of the spouses, the love they profess, or even the use of sex (Bokek-Cohen, 2011; Bokek-Cohen and Lissitsa, 2010). In addition, others have established that the relative importance which partners attach to greater contribution is more important than the resources with which each one contributes (Heer, 1963; Burns and Hooper, 1986; Granbois and Willet, 1970).

***Tc7. Need to refer to literature on consumer purchasing behaviour for manufactured goods and services in general, very different to tourism, in order to contextualise consumer behaviour in tourism.***

Tourism is a service with characteristics such as intangibility, inseparability, heterogeneity and expiration (Kotler, 2000), to which expectations about the holiday and its enjoyment are added. It also involves a major financial risk, due to the amount of family budget that it uses, and

emotional risk, because for the life of many consumers, holidays are the main event that allows them to break their daily routine (van Raaij and Francken, 1984). Despite these characteristics that make it so unique, there has not been a sufficient body of studies that better define the different facets of consumer behaviour in tourism. All this means that on too many occasions do results have to be compared with those from the literature of manufactured products and services, which significantly differ from the characteristics that tourism presents (Gilbert, 1991; Sirakaya and Woodside, 2005; Zeithaml *et al.*, 1985).

**Tc8.    *Absence of a descriptive model of family behaviour in FHDM.***

From the previous conclusion, it follows that in FHDM there is not an overall complex inductive model, as in other areas such as consumer behaviour, as a formal and real point of departure for approaching hypotheses. Researchers have not followed a continuous pattern, preferring to treat them as isolated works, which are difficult to compare on specific issues. Furthermore, works have concentrated on a trend-focussed basis without worrying too much about achieving a link between the different aspects studied (Bronner and de Hoog, 2008; Decrop, 2008).

**Tc9.    *Lack of empirical studies that address conflict resolution tactics used by families during the FHDM process.***

A lot of research about conflicts, and especially that addressing the types of resolution strategies in the family, both for products in general and tourism in particular, responds to personal observations and the authors' reflection (Davis, 1976; Kirchler, 1999, Sheth 1974) rather than empirically-tested theories. This fact, coupled with the relatively early stages of the interest in the subject by researchers in the field of FHDM, makes it impossible to adequately represent how this process takes place in the reality of family life.

---

**Tc10. Questioning the results obtained in studies based on the perception of only one member of the couple.**

Tourism researchers have often seen the couple as a seamless decision-making unit, so they only collect the response of one partner, usually the wife (Barlés *et al.*, 2010; Green and Cunnigham, 1976; 1983; Kerstetter and Pennington-Gray, 1999; Zalatan, 1998). Given that studies collecting both responses face the problem that comparison does not always lead to the so-called dyadic consensus between perceptions, the results obtained are questionable when only one of the partners is asked (Kang and Hsu, 2005; Mohan, 1995).

**Tc11. Findings based primarily on European and North American samples.**

Current literature does not adequately reflect holiday decision-making patterns in today's society, as most studies are based solely on the travel patterns of North American or European families. It would be naive to accept that findings should necessarily be generalised to one place, especially to such different cultures as Asian ones, which are experiencing a boom in the tourism market (Litvin *et al.*, 2004).

**Tc12. Need for new methodological approaches.**

Given the complexity of measuring a subjective perception-based reality, it would be advisable to use qualitative techniques that include, for example, in-depth interviews. This would allow for the completion and explanation of conclusions reached by various empirical studies based solely on quantitative approaches (Nanda *et al.*, 2007).

Also, there is a need for longitudinal studies evaluating the role of women in various holiday-planning stages, given that these are complex decisions which are not made at a precise moment but, unless dealing with routine trips, are planned well in advance (Wahab *et al.*, 1976). This is why the

influence may vary over time, for example, because one of the partners acquires additional information. The latest aspects of disconfirmation, or the change in preferences during the process, already considered by the study of Bohlmann and Qualls (2001), would have a place in this context. Similarly, studies should not be limited to decision-making when planning the trip, but also during the holiday, during which a series of decisions are also taken (Kang and Hsu, 2004; 2005).

In short, this review of literature has highlighted the most widely-studied aspects by researchers and others which, to date, have garnered less attention or have proven to be poorly resolved. While for operational reasons it was not possible to address all of them, this Doctoral Thesis does attempt to make interesting contributions to complement the current state of knowledge.

### **3. EMPIRICAL FINDINGS ON FAMILY HOLIDAY DECISION-MAKING BY COUPLES**

In this section, the most significant results obtained during this study are presented through the different analyses performed.

***Ec1. Family holidays follow a joint decision-making process in the stages of initiation or recognition of the need and, above all, in the final stage when the ultimate decision is taken. The intermediate stage, that is, the search for information, is primarily performed by one partner.***

This finding coincides with the results obtained by most publications on the subject (see literature provided in the table 2.2). Recognising the need to go on holiday is done jointly in approximately 62% of couples, and the final decision in 76% of couples, whereas a joint search for information was only conducted by 39% of couples.

---

***Ec2. In cases where the FHDM stages are performed independently, the woman's influence is higher than the man's.***

In the three stages of FHDM, when they are not performed jointly by the couple, women are more influential than men, although the difference between the influence of each sex is only significant in the initiation and final decision stages.

Literature confirms these results, except for the final decision stage, since the number of tasks which they claim are male-dominated decisions is greater than those attributed to the woman's influence (see literature provided in the table 2.2).

***Ec3. The main sub-decisions related to family holidays, that is, the choice of destination, accommodation, means of transport, the budget, the dates, activities, restaurants and whether or not take the children, are taken jointly.***

All the sub-decisions analysed have a joint structure, highlighting the one of taking the children, the choice of restaurants and the budget with percentages above 80%. Destination and accommodation are the decisions taken jointly on a less frequent basis, about 67% and 72%, respectively.

The results are in line with statements in literature (see literature provided in the table 2.2), except for the determination of the budget to spend, since a large number of studies have found that it is the man who dominates budget-related and financial decisions (Belch *et al.*, 1985; Filiatrault and Ritchie, 1980; Jenkins, 1978; Kang and Hsu, 2005; Koc, 2004; Madrigal, 1993; Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998). However, this study corroborates the findings of other publications which determine that it is a decision taken jointly by the partners (Barlés *et al.*, 2013a; Burns, 1977; Harcar *et al.*, 2005).

According to Kang *et al.* (2003), holidays are decided jointly because several members take part in the decision-making process, they want to enjoy as a family and they allocate many resources, resulting in a higher regard for the preferences of all members in order to reduce the risk of dissatisfaction.

***Ec4. Generally, in cases where family holiday sub-decisions are taken separately, the woman's influence is higher than man's.***

Although all the holiday sub-decisions analysed are taken jointly, with percentages ranging from 67% for the choice of destination up to 95% for taking the children, in cases where the choice was made by one of the partners, in general, it is the wife who plays a more influential than the husband. In particular, in the choice of destination, accommodation and activities to do, there are significant differences between the influence of both sexes in favour of women. As for determining the budget, the choice of restaurants and the decision of whether or not to take the children, it is also the woman who has a slightly greater influence, but not significantly different from the man's influence (tables 5.26 and 5.27).

Only in the choice of means of transport does the man's influence exceed that of the woman's. Meanwhile, whilst women believe that men decide the dates, men assigned the same influence to both sexes, but in no case are the differences significant.

In general, the extracted results are consistent with studies that have been gathered over time; the most notable exception being found in the determination of the budget, as the woman has traditionally been granted a marginal influence in this regard, with only Yin *et al.*'s (2009) study finding that women are responsible for the financial aspects of the trip (see literature provided in the table 2.3).

---

***Ec5. When the family decides to take a holiday, the associated stages and sub-decisions are primarily carried out by the partners.***

This means that there are few couples who either do not have to make that decision (i.e., there are couples who do not choose the accommodation because they stay at the homes of relatives and friends), or other people outside the couple take the decision (e.g., the children). The most notable exception is in the case of the search for information, which for approximately 20% of couples was a stage that they did not perform jointly. There may be several explanations for this. They may be routine trips, in which case no information is sought, or the search may be made by other people accompanying them on holiday, for example, children or friends who are part of the tour group. The latter explanation is consistent with the results shown by Wang *et al.* (2007), who found that "others" had a high degree of influence on the information search stage.

Therefore, the couple are confirmed as the main players in FHDM compared with the importance of the children (Belch *et al.*, 2005; Decrop and Snelders, 2005; Ekstrom *et al.*, 1986; Filiatrault and Ritchie, 1980; Kozak and Karadag, 2012; Ritchie and Filiatrault, 1980; Wang *et al.* 2004), thereby finding not only theoretical but also empirical justification that this work has solely focussed on the relative influence of the couple.

***Ec6. Dividing the study of family holidays according to decision-making stages and the different sub-decisions is justified due to differences between them.***

There are differences in the form of influence in FHDM stages compared with each other, and when a comparison is made between the different sub-decisions that the couple must take when considering a family holiday. In other words, each of them requires a separate study, and not as has been done by a large number of researchers who, under the general denomination of "holidays" as a compact product, have obtained

conclusions about decision-making (Flurry, 2007; Kozac, 2009; Martensen and Grønholdt, 2008, Therkelsen, 2010).

***Ec7. In general, when the woman works outside the home, holiday-related decisions are more likely to be taken by one of the partners. Otherwise, decisions tend to be taken jointly.***

This finding is particularly true when it comes to taking the initiative about going on holiday and choosing the destination and means of transport, since it is a perception shared by both men and women. This is a result that somehow contradicts what has been said by literature, which states that if a woman works outside the home, holiday-related decisions tend to be taken jointly (Lederhaus and King, 1981; Martínez and Polo, 1999b; Pegues, 2015b; Weller, 1968), and if she works at home, the level of the man's influence increases (Green and Cunningham, 1976; Jenkins, 1978; Martínez and Polo, 1999b; Shukla, 1987).

The results of this paper somewhat align with those found by Cosenza and Davis (1980), who established that if a woman works outside the home, holiday-related decisions are influenced by her. However, if she does not work outside the home, the decision tends to be taken jointly.

In any case, this result does not contradict the principles postulated by Blood and Wolfe's (1960) resource theory. As shown in the tables 5.15, 5.16, 5.26 and 5.27, most of the independent decisions are largely the woman's domain, except for the choice of means of transport and the dates, which suggests that when the woman works outside the home, one of the partners is more likely to take the decision and, in turn, it is actually more likely to be the woman.



***Ec8. When the holiday-related decisions are not joint and the woman has a higher level of studies than her partner, these will more likely be the woman's domain.***

This occurs mainly when it comes to searching for information about the holiday and choosing the destination. On the other hand, no field was found in which the man's level of studies conditioned the influence of the decision. However, when this level is balanced between the two, the likelihood of a joint decision increases. Such is the case of the choice of destination, the accommodation and the determination of the final decision-maker, that is, the person who ultimately decides that the family will take a holiday (tables 5.50 and 5.64).

This finding is in agreement with what literature states as a general rule (Lederhaus and King, 1981; Martínez and Polo, 1999b Wang *et al.*, 2007; Zalatan, 1998).

***Ec9. Travelling to an international destination increases the likelihood that holiday decisions are taken basically by one of the partners.***

In general, when an international destination is chosen, the principal influence falls on one of the partners, especially regarding the search for information and determination of budget. The reasons for these results may lie in the fact that travelling to an international destination requires, as a rule, a more intense search in order to reduce uncertainty (Werthner and Kein, 1999). This task, which is more complex and entails greater time requirements than for domestic destinations, will probably fall on one member of the couple, who will then share the information obtained with their partner, including price-related details and the characteristics of alternatives. Therefore, this partner will be the one who ultimately determines the budget that the couple will spend on holiday. Furthermore, it was observed that, if the woman is better educated, she will generally be the one who performs the search task (tables 5.50 and 5.64).

However, this finding that presents the type of destination as an explanatory variable of influence should be interpreted with caution because, despite the destination being an aspect to which researchers have devoted much attention (Barlés *et al.*; 2011; 2013a; Burns, 1977; Cunningham and Green, 1974; Douglas and Wind, 1978), its division into national and international categories was not considered as a possible explanatory factor of the couple's influence in different decision-making areas. Therefore, more studies should be conducted on this subject to check the results found in this work.

***Ec10. Travelling on a more frequent basis increases the likelihood that one of the partners will take the holiday-related decision.***

The frequency with which the family travels proved to be a variable that affects the structure of the decision, although the effect on different decision-making areas is blurred; it not always being shared by the perception of men and women. The clearest effect is the one produced in the choice of accommodation, meaning that couples who travel more frequently show a greater tendency for the accommodation to be decided principally by one of them. This result is in line with the work of Koc (2004), who argues that this is because, due to past experiences, one of the partners trusts the choice that the other will make.

***Ec11. The fact that the woman has more studies than the man is considered a more influential variable according to men than to women themselves.***

It is interesting to study the differences revealed by the analyses according to the samples of men and women, in particular, the consideration of the difference in level of education. When we analyse independent decisions, that is, decisions made by one partner, the fact that the woman has more studies than the man has a greater impact according to the man's perception than the woman's (tables 5.50 and 5.64).

This happens upon suggesting the idea of going in holiday, determining the spending budget or choosing the activities to do. In these cases, men perceive that the woman having more studies increases the likelihood that, if the decision is not joint, she will be the one who decides. However, this does not occur according to women's perceptions. Only in the determination of dates and the choice of restaurants do women perceive that their higher level of education makes them the main decision-makers, although men do not perceive this in the same way.

This result corroborates the statement made by Burns and Hooper (1986), who argued that although the resource theory implicitly assumes that both partners perceive the contributions that are made in the same way, the evaluation that each one makes of these contributions, such as having more studies, may not be the same.

***Ec12. There is generally a good level of consensus between the partners, both on an aggregate level and as a couple.***

Most studies have found no difference between the perception of husbands and wives on an aggregate level (White and Johnson, 2001), so the findings of this study reaffirm previously published ones. However, on a couple level, the results showed consensus on the relative influence of the couple of more than 80%, therefore, higher than in most previous works, in which percentages ranged from 60% to 80% (Dellaert *et al.*, 1998; Filiatrault and Ritichie, 1980; Martínez and Polo, 1999a; 1999b; Lee and Marshall, 2015; Litvin *et al.*, 2004; Xia *et al.*, 2006).

There has also been very high consistency in the perception of the existence of conflicts, and well as the influence tactics used when the couple take holiday-related decisions. This coincides with what Kang and Hsu (2004; 2005) established when they said that both spouses may have remembered well the strategies used in the selection process of the destination and, therefore, coincide in their perception due to its importance.

Despite the high levels of consensus, if one takes into account that when a phenomenon occurs much more frequently than the contrary (for example, that a decision is joint or that there is no conflict between the couple), the correlation of answers may largely be random. There is a greater likelihood that the answers will match if the prevalence of the phenomenon is clearly influenced by one option. This leads to a cautious interpretation of the high percentages of consensus shown by couples.

Therefore, the results oblige researchers to evaluate if they trust a single answer per couple, thereby considering this level of agreement sufficient, or to collect information from the two partners, at the expense of increasing financial and time-related efforts and/or decreasing the sample size.

***Ec13. There is a low likelihood of conflict between couples when holiday decisions are taken.***

Nevertheless, holiday dates are the decision which generates conflict more frequently, as opposed to the decision to take the children. As for the destination, when conflict arises, it does so with low intensity. Both statements reinforce what is said by previous studies, which do not consider that there are serious conflicts during the holiday decision-making process (Belch *et al.*, 1980; Kang and Hsu, 2004; Nanda *et al.*, 2007).

***Ec14. Having lived together a longer time and being a couple where the man does not exceed the level of education of the woman reduces the likelihood of conflict appearing when choosing accommodation and determining the budget to spend, respectively.***

Past research has found that, in line with the conclusions drawn, the length of marriage results in less conflict between spouses, although without clearly identifying that this is specifically in the choice of accommodation (Dong and Li, 2007; Kang and Hsu, 2004; Kirchler, 1993; Spiro, 1983). By contrast, the literature review has not found a clear

relationship between differences on an educational level and the likelihood of conflict, which is proposed as an interesting topic for future research.

***Ec15. The conflict resolution strategies most commonly used by couples during FHDM are talking/reasoning with each other and searching for more information.***

This is a conclusion shared by previous research that studied family holiday purchasing processes in particular Belch *et al.*, 1980; Kang and Hsu, 2004; 2005; Kozak, 2010).

This work did not find any couple who has used the strategy described by Bokek-Cohen (2008), based on the fact that one partner joins forces with other family members to influence the choice of the other partner. Likewise, neither did it find, as in previous publications, couples who resorted to the exercise of authority, possibly because of its negative connotations and the tendency of respondents to show socially desirable behaviours when asked about issues relating to family behaviour (Belch *et al.*, 1980; Kang and Hsu, 2005).

***Ec16. The level of satisfaction that the couples experienced with the selected destination was very high, without showing major differences between the two partners.***

Indeed, in over 96% of cases, the two partners felt either fairly or very satisfied. However, mirroring the results obtained by Kang and Hsu (2005), women are slightly more satisfied than men, considered both jointly and on comparing their satisfaction with their partner's.

---

***Ec17. Not experiencing any conflict in the choice of destination and travelling abroad are factors that positively affect satisfaction with the destination.***

However, these two factors do not affect the satisfaction of men and women with the same intensity. Whereas for men the appearance of conflict in the choice of destination turns out to be the main determinant of their satisfaction with it, for women it is more important to have travelled to an international destination.

The link between satisfaction and the presence of conflict observed in this study contradicts what Kang and Hsu (2004) said, indicating that the presence of conflict in the choice of destination between the partners does not necessarily decrease the level of satisfaction. However, it seems logical to think that the existence of conflict on choosing the destination implies that at least one of the partners had to relinquish their individual preferences, thus affecting their satisfaction.

On the other hand, the link between satisfaction with the destination and the fact that it is domestic or international is an issue that has scarcely been studied before. Instead, it has been more frequent to compare, for a particular destination, the satisfaction experienced by tourists from other countries to the satisfaction of domestic tourists, such as in the case of Thailand, where international tourists were more satisfied than domestic tourists (Mechinda, Serirat and Guild, 2009; Tidtichumrernporn *et al.*, 2010).

The explanation for this increased satisfaction with international destinations may lie in the cognitive dissonance theory. This states that when there are discrepancies between the expectations created for a product and its performance, a psychological tension is created that leads consumers to minimise the deviation, making their perception of the product more consistent with expectations (Valera, 1992). As it is logical to think that international destinations create greater expectations because they generally require a greater financial outlay (Hyde and Decrop, 2011), in

cases where the destination has not met expectations, there might be a tendency to overestimate the satisfaction that such a destination has generated.

On the other hand, some authors have suggested that risk-averse tourists, especially those who want to reduce their risk of dissatisfaction, use familiarity as a criterion when choosing the destination. As a result, they remain in a familiar destination, even if they are not entirely satisfied (Giltenson and Crompton, 1984; Mechinda *et al.*, 2009; Oppermann, 1998). However, further studies are required to confirm these possible explanations.

The way of choosing the destination, in other words, if it is decided jointly or not, affects the satisfaction experienced mainly in the case of men, who are more satisfied if they chose [the holiday] jointly with their partner, which coincides with the publications of Kirchler (1995) and Kozak (2009).

Instead, it was not possible to demonstrate the existence of a link between the consensus between partners on the perception of the exerted influence when the destination was chosen and the associated satisfaction, despite what was postulated by Bronner and de Hoog (2008). According to these authors, if the couple does not coincide in the perception of who was more influential, that is, if there was dyadic disagreement, there is a decrease in the satisfaction with the holiday experienced by the couple.

Overall, the empirical results in this study reinforce the findings of literature in all areas, although with some clarifications and the introduction of new variables to consider. These are interesting contributions which help enrich the current state of knowledge. Said contributions are included in the table 6.1. Especially important was the verification that trusting a single point of view, that of the man or of the woman, could lead to some results being accepted as valid but which are not fulfilled in the other sex, despite the same reality being evaluated.



**Table 6.1.** Contributions of the results to the state of knowledge

SUB-OBJECTIVE	CONTRIBUTIONS TO THE STATE OF KNOWLEDGE
<b>SC1.1 Sub-objective:</b> Identify the roles played by partners in FHDM according to the stages of the process	Reinforcement of the overall results of literature
<b>SC1.2 Sub-objective:</b> Compare the stages of the FHDM process according to the roles of the partners	Justification of a separate study of the stages of the FHDM process
<b>SC1.3 Sub-objective:</b> Identify the roles played by the partners in FHDM according to sub-decisions	Reinforcement of the overall results of literature, except for the case of budget determination
<b>SC1.4 Sub-objective:</b> Compare family holiday sub-decisions according to the roles of the partners	Justification of a separate study of family holiday sub-decisions
<b>SC2.1 Sub-objective:</b> Identify the explanatory variables of the joint versus independent decision according to the stages of the process	In general, there is agreement with literature on the importance of the "woman's employment situation" variable. The "type of destination" is revealed in this study for the first time as an explanatory variable
<b>SC2.2 Sub-objective:</b> Identify the explanatory variables of the joint versus independent decision according to the sub-decisions	In general, there is agreement with literature on the importance of the "woman's employment situation" variable.
<b>SC2.3 Sub-objective:</b> Identify the explanatory variables of husband-dominant and wife-dominant decision-making according to the stages of the process	In general, there is agreement with literature on the importance of the "difference in level of education" variable
<b>SC2.4 Sub-objective:</b> Identify the explanatory variables of husband-dominant and wife-dominant decision-making according to the sub-decisions	In general, there is agreement with literature on the importance of the "difference in level of education" variable
<b>SC3.1. Sub-objective:</b> Identify the appearance of conflict in the selection process of family holiday sub-decisions	Reinforcement of the overall results of literature
<b>SC3.2 Sub-objective:</b> Identify the variables related to the appearance of conflict within the couple according to the sub-decisions	In general, there is agreement with literature on the importance of the "time of living together" variable. The "difference in level of education" is revealed in this study for the first time as a variable related to the appearance of conflict
<b>SC3.3 Sub-objective:</b> Identify the degree of conflict in	Reinforcement of the overall results of literature
<b>SC3.4 Sub-objective:</b> Identify conflict resolution tactics used by couples in the FHDM process	Reinforcement of the overall results of literature
<b>SC3.5 Sub-objective:</b> Identify the variables related to conflict resolution tactics used by couples in FHDM	No related variable is identified
<b>SC4.1 Sub-objective:</b> Determine the satisfaction of couples with a family holiday destination	Reinforcement of the overall results of literature
<b>SC4.2 Sub-objective:</b> Compare satisfaction with the destination between partners	Reinforcement of the overall results of literature
<b>SC4.3 Sub-objective:</b> Identify the characteristics of the destination and the decision-making process influencing satisfaction with it	In general, there is agreement with literature on the importance of the "existence of conflict" variable. The "type of destination" is revealed in this study for the first time as a variable related to satisfaction with said destination
<b>CO.1 Sub-objective:</b> Identify consensus on the perceived relative influence according to the stages, on an aggregate level and as a couple	Reinforcement of the overall results of literature, although with a need for clarifications, according to the statistical test used



**Table 6.1 (Cont).** Contributions of the results to the state of knowledge

SUB-OBJECTIVE	CONTRIBUTIONS TO THE STATE OF KNOWLEDGE
<b>CO.2 Sub-objective:</b> Identify the variables related to the perceived consensus on the relative influence according to the stages	As in the overall results of literature, no variables related to the existence of consensus are found
<b>CO.3 Sub-objective:</b> Identify consensus on the perceived relative influence according to sub-decisions, on an aggregate level as a couple	Reinforcement of the overall results of literature, although with a need for clarifications, according to the statistical test used
<b>CO.4 Sub-objective:</b> Identify the variables related to the perceived consensus on the relative influence according to the sub-decisions	As in the overall results of literature, no variables related to the existence of consensus are found
<b>CO.5 Sub-objective:</b> Identify consensus on the perceived appearance of conflict, on an aggregate level and as a couple	Reinforcement of the overall results of literature, although with a need for clarifications, according to the statistical test used
<b>CO.6 Sub-objective:</b> Identify the variables related to the consensus on the perceived appearance of conflict	As in the overall results of literature, no variables related to the existence of consensus are found
<b>CO.7 Sub-objective:</b> Identify consensus on the perceived resolution tactics used, on an aggregate level and as a couple	Reinforcement of the overall results of literature
<b>CO.8 Sub-objective:</b> Identify the variables related to the consensus on the perceived resolution tactics used	As in the overall results of literature, no variables related to the existence of consensus are found

## 4. LIMITATIONS, RECOMMENDATIONS AND FUTURE LINES OF RESEARCH

Although the limitations, recommendations, and future lines of research have appeared both implicitly and explicitly throughout the work, a summary of them is outlined in this section. On one hand, it is a question of highlighting the most important limitations of this study. And on the other hand, recommendations are given which are considered interesting so that further research projects can form a study group to provide a more accurate view of family decision-making in the tourism industry.

The main limitation of the study discussed here is the use of the convenience sampling technique as, given the difficulty of collecting more than one response per household, using a probabilistic technique presents great difficulties. However, attempts were made to mitigate this limitation by means of



three actions: expanding the geographical area of the chosen sample; a sample size which may be considered appropriate, also being greater than those used in this type of work; and a match between the population studied and the sample used by means of level of education, considered a fundamental variable to explain tourism behaviour.

Another limitation of the study was the lack of consideration of the influence of children and other people likely to form part of the tour group, although literature confirms that the couple is the main decision-maker for family holidays (Belch *et al.*, 2005; Decrop and Snelders, 2005; Kozak and Karadag, 2012; Wang *et al.*, 2004). However, to have a complete view of family holiday decision-making, it would be necessary to consider all the agents that in one way or another are involved in the process. In this regard and in view of the results obtained in this work, in such an important aspect as the search for information, the influence of children could be crucial given their experience with the Internet.

Additionally, by using direct questions about the influence of each partner, it was assumed that, first of all, they know the relative influence of each other; secondly, that they recognise the influence of others; and thirdly, that they are able to remember accurately how the decision-making process took place. However, these assumptions may be questionable. Therefore, in order not to rely solely on one of the members, responses were collected from both. Although this does not solve the limitation mentioned, it does allow the differences between the two perceptions to be highlighted. It would therefore be very interesting in the future to analyse the causes of the lack of agreement between the partners and to establish the identifying characteristics of the individual who has a more accurate view of reality.

In this sense, it is interesting to recommend that the questions are asked at the most specific level possible, in order to help identify, in the most accurate way possible, the reality of the partner with the primary influence on a particular issue. For example, a question could be asked about who the first person was





in the conversation that "talked about going on holiday", instead of asking generically about who the "initiator of the holiday" was.

Although responses were collected from the two partners, it was not possible to verify whether they were actually filled out separately and without consultation between them. Therefore, other data collection techniques such as observation or in-depth interviews could be useful as a complement to measure aspects such as spousal influence or the appearance of conflict, without necessarily having to be based on perceptions. Longitudinal studies could also provide valuable information by helping highlight the changes that may occur in the roles played by family members and in conflict resolution.

On a different note, the study only considered socio-economic and travel behaviour variables, yet it would be interesting in future research to include other attitudinal and lifestyle variables, such as the gender role orientation of couples, family communication, marital satisfaction and the involvement shown by each family member in purchasing a particular tourism product.

Other types of family units, such as single-parent families, reconstituted families or same-sex couples should be given more consideration in future studies, because despite being present in today's society, they are not widely reflected in studies on tourist behaviour. It would also be desirable to extend this study to couples who are in a different stage of the life cycle.

Similarly, the conduct of international studies would reveal current differences in societies and cultures, seeing that, although this is a globalised world, these differences must be known and analysed by multinational tourism companies providing different services.

In short, as Bravo and Martínez (2003) pointed out, the difficulty of measuring influences between partners, the inability to isolate each of the key variables of purchasing behaviour, the countless moderator variables of influence, or the difficulty of studying these behaviours due to their variable





---

nature over time, are just a small sample showing that in this field there is still a long road ahead.



**RESUMEN**

**I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES  
DE LAS VACACIONES**

**CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TOMA DE DECISIONES DE  
LAS VACACIONES FAMILIARES**

**II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

**CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

**IV.- CONCLUSIONES**

**CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **BIBLIOGRAFÍA**



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



---

## BIBLIOGRAFÍA

- En el contexto del comportamiento Aguayo Canela, M. (2007). Cómo hacer una Regresión Logística con SPSS "paso a paso"(I). En DocuWeb-fabis. Huelva: Fundación Andaluza Beturia para la Investigación en Salud. Disponible desde Internet en: <[http://www.fabis.org/html/?page\\_name=DocuWeb](http://www.fabis.org/html/?page_name=DocuWeb)> [consultado el 14/07/15]
- Aguayo Canela M., Lora Monge, Estrella (2007). Cómo hacer una Regresión Logística binaria "paso a paso" (II): análisis multivariante. En DocuWeb-fabis. Huelva: Fundación Andaluza Beturia para la Investigación en Salud. Disponible desde Internet en: <[http://www.fabis.org/html/?page\\_name=DocuWeb](http://www.fabis.org/html/?page_name=DocuWeb)> [consultado el 14/07/15].
- Alonso Rivas, J.; Grande Esteban, I. (2010): *Comportamiento del consumidor* (6ª ed.). Madrid: ESIC.
- Azorín, F., Sánchez-Crespo, J.L. (1986). *Métodos y aplicaciones del muestreo*. Alianza Editorial: Madrid.
- Assael, H. (1998). *Comportamiento del consumidor* (6ª ed.). México: Thomson.
- Bargeman, B., van der Poel, H. (2006). The role of routines in the vacation decision-making process of Dutch vacationers. *Tourist Management*, 27(4), 707-720. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.04.002
- Barlés, M.J., Fraj, E., Martínez, E. (2006). La toma de decisiones familiares de compra: Un estudio exploratorio sobre las tácticas de influencia entre los cónyuges. *Estudios sobre Consumo*, 77, 39-55.
- Barlés, M.J., Fraj, E., Martínez, E. (2011). The couple's role holiday decision making: An empirical study. *Journal of Marketing Trends*, 1(7), 45-60.
- Barlés, M.J., Fraj, E., Martínez, E. (2013a). Family vacation decision making: The role of woman. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(8), 873-890. DOI: 10.1080/10548408.2013.835681
- Barlés, M.J., Fraj, E., Martínez, E. (2013b). Purchase decision-making in the couple. Conflict-solving tactics. *International Journal of Business and Social Science*, 4(6), 28-43.

- Barlés, M.J., Fraj, E., Matute, J. (2010). Identification of the profiles of women who take holiday decisions. *Tourism Review*, 65(1), 4-17. DOI 10.1108/16605371011040870
- Bartos, R. (1982). Women and travel. *Journal of Travel Research*, 20(4), 3-9. DOI: 10.1177/004728758202000402
- Beachm S.R.H., Tesser, A. (1993). Decision making power and marital satisfaction: A self-evaluation maintenance perspective. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 12(4), 471-494. DOI: 10.1521/jscp.1993.12.4.471
- Beatty, S.E. Smith, S.M., (1987). External search effort: An investigation across several product categories. *Journal of Consumer Research*, 14(1), 83-95.
- Beatty. S.E., Talpade, S. (1994). Adolescent influence in family decision making: A replication with extension. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 332-341.
- Beharry-Borg, N., Hensher, D.A., Scarpa, R. (2009). An analytical framework for joint vs. separate decisions by couples in choice experiments: the case of coastal water quality in Tobago. *Environmental and Resource Economics*, 43(1), 95-111. DOI: 10.1007/s10640-009-9283-7
- Belch, G.E., Belch, M.A., Ceresino, G. (1985). Parental and teenage child influences in family decision making. *Journal of Business Research*, 13(2), 163-176. DOI: 10.1016/0148-2963(85)90038-4
- Belch, M.A., Belch, G.E., Sciglimpaglia, D. (1980). Conflict in family decision making: an exploratory investigation. *Advances in Consumer Research*, 7, 475-479.
- Belch, M.A., Krentler, K.A., Willis-Flurry, L.A. (2005). Teen internet mavens: influence in family decision making. *Journal of Business Research* 58 (5) 569– 575. DOI: 10.1016/j.jbusres.2003.08.005
- Belch, M.A., Willis-Flurry, L.A. (2002). Family decision making at the turn of the century: has the changing structure of households impacted the family decision-making process. *Journal of Consumer Behaviour*, 2(2), 111-124. DOI: 10.1002/cb.94
- Berlanga Silvestre, V., Rubio Hurtado, M.J., Vilà Baños, R. (2013). Cómo aplicar árboles de decisión en SPSS [en línea]. *Revista d'innovació i recerca en educació*. Disponible en: <<http://ub.edu/ice/reire.htm>> [consultado el 15/06/15].

- Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Engel J.F. (2002). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Thomson. (9ª ed.)
- Blood, R., Wolfe, D. (1960): Husbands and wives: The dynamics of married living. New York: Free Press, 314.
- Bohlmann, J.D., Qualls, W.J. (2001). Household preference revisions and decisions making: the role of disconfirmation. *International Journal of Research in Marketing*, 18(4), 319-339. DOI: 10.1016/S0167-8116(01)00043-X
- Bokek-Cohen, Y. (2008). "Tell her she's wrong!" Triangulation as a spousal influence strategy", *Journal of Consumer Marketing*, 25(4), 223 - 229. DOI: 10.1108/07363760810882416
- Bokek-Cohen, Y. (2011). Marital power bases as predictors of spousal influence strategies in a vacation purchase decision. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5(2), 144-157. DOI: 10.1108/17506181111139564
- Bokek-Cohen, Y., Lissitsa, S. (2010). Sex: the power of the powerless? The use of sex as a spousal influence strategy in vacation purchase decisions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(4), 431-448. DOI:10.1080/10941665.2010.520946
- Bonfield, E.H. (1978). Perception of marital roles in decision processes: replication and extension. *Advances in Consumer Research*, 5, 300-307.
- Bonn, M.A., Furr, H.L., Susskind, A.M. (1999). Predicting a behavioral profile for pleasure travelers on the basis of Internet use segmentation. *Journal of Travel Research*, 37(4), 333-340. DOI: 10.1177/004728759903700403
- Bravo Gil, R., Martínez Salinas, E. (2003). Influencias intergeneracionales en el comportamiento de compra entre madres e hijos. *Estudios sobre Consumo*, 66, 23-40.
- Bronner, F., de Hoog, R. (2008). Agreement and disagreement in family vacation decision-making. *Tourism Management*, 29(5), 967-979. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.12.001
- Bronner, F., de Hoog, R. (2011). A new perspective on tourist information search: Discussion in couples as the context. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5(2), 128-148. DOI: 10.1108/17506181111139555

- Burns, A.C. (1977). Husband and wife purchase decision-making roles: agreed, presumed, conceded and disputed. *Advances of Consumer Research*, 4, 50-55.
- Burns, A.C., Hopper, J.S. (1996). An analysis of the presence, stability, and antecedents of husband and wife purchase decision making influence assessment agreement and disagreement. *Advances in Consumer Research*, 23, 175–180.
- Buttle, F.A. (1994). The co-ordinated management of meaning: A case exemplar of a new consumer research technology. *European Journal of Marketing*, 28(8), 76-99. DOI: 10.1108/03090569410067640
- Caetano, G. (2003). "Marketing en los servicios de educación: Modelos de percepción de calidad". Tesis doctoral inédita. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Madrid. Disponible en <<http://biblioteca.ucm.es/tesis/cee/ucm-t26770.pdf>>
- Cai, L.A., Feng, R., Breiter, D. (2004). Tourist purchase decision involvement and information preferences. *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 138-148. DOI: 10.1177/135676670401000204
- Camisasca, E., Miragoli, S., Di Blasio, P. (En prensa) Families with distinct levels of marital conflict and child adjustment: which role for maternal and paternal stress? *Journal of Child and Family Studies*. DOI: 10.1007/s10826-015-0261-0
- Campo Martínez, S., Garau Vadell, J.B., Martínez Ruiz, M.P. (2010). Factors influencing repeat visits to a destination: The influence of group composition. *Tourism Management*, 31(6), 862-870. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.08.013
- Carr, N. (2002). A comparative analysis of the behaviour of domestic and international young tourists. *Tourism Management*, 23(3), 321-325. DOI: 10.1016/S0261-5177(01)00089-9
- Carr, N. (2006). A comparison of adolescents' and parent's holiday motivations and desires. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 129-142. DOI: 10.1057/palgrave.thr.6040051
- Carroll, J.S., Johnson, E.J. (1990). *Decision research: A field guide*. Newbury Park: Sage Publications.



- Caruana, A., Vassallo, R. (2003). Children's perception of their influence over purchases: The role of parental communication patterns. *The Journal of Consumer Marketing*, 20(1), 55-66. DOI: 10.1108/07363760310456955
- Chen, J.S. (2003). Market segmentation by tourists' sentiments. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 178-193. DOI: 10.1016/S0160-7383(02)00046-4
- Chen, J.S., Gursoy, D. (2000). Cross-cultural comparison of the information sources used by first-time and repeat travelers and its marketing implications. *International Journal of Hospitality Management*, 19(2), 191-203. DOI: 10.1016/S0278-4319(00)00013-X
- Chu, R. (2001). What online Hong Kong travelers look for on airline/travel websites? *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 95-100. DOI: 10.1016/S0278-4319(00)00046-3
- Cooney, R.S.; Rogler, L.H.; Hurrell, R.M., Ortiz, V. (1982). Decision making in intergenerational Puerto Rican Families. *Journal of Marriage and Family*, 44(3), 621-631. DOI: 10.2307/351584
- Cosenza, R.M., Davis, D.L. (1980). The effect of the wife's working status on familial dominance structure. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 8(2), 73-82. DOI: 10.1007/BF02721974
- Cosenza, R.M., Davis, D.L. (1981). Family vacation decision making over the family life cycle: A decision and influence structure analysis. *Journal of Travel Research*, 20(2), 17-23. DOI: 10.1177/004728758102000203
- Cullingford, C. (1995). Children's attitudes to holidays overseas. *Tourism Management*, 16, 121-127. DOI: 10.1016/0261-5177(94)00022-3
- Cunningham, I.C.M., Green, R.T. (1974). Purchasing roles in the U.S. family, 1955 and 1973. *Journal of Marketing*, 38(4), 61-64. DOI: 10.2307/1250393
- Darley, W.K., Lim, J.-S. (1986). Family decision making in leisure-time activities: An exploratory investigation of the impact of locus of control, child age influence factor and parental type on perceived child influence. *Advances in Consumer Research*, 13, 370-374.
- Davis, H.L. (1970). Dimensions of marital roles in consumer research. *Journal of Marketing Research*, 7(2), 168-177. DOI: 10.2307/3150105



- Davis, H.L. (1971). Measurement of husband-wife influence in consumer purchase decision. *Journal of Marketing Research*, 8(3), 305-312. DOI: 10.2307/3149567
- Davis, H.L. (1976). Decision making within the household. *Journal of Consumer Research*, 2(4), 241-260.
- Davis, H.L., Rigaux, B. (1974). Perception of marital roles in decision processes. *Journal of Consumer Research*, 1(1), 51-62.
- Decrop, A. (2000). Qualitative research methods for the study of tourist behavior. En A. Pizam and Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 335-365). New York: Haworth Hospitality Press.
- Decrop, A. (2005). Group processes in vacation decision-making. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(3), 23-36. DOI:10.1300/J073v18n03\_03
- Decrop, A. (2008). Group decision making. En *Handbook of hospitality marketing management*, Oh, H. (ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann, 440-470.
- Decrop, A., Kozak, M. (2014). Consumer goals in vacation decision making. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31, 71-81. DOI: 10.1080/10548408.2014.861722
- Decrop, A., Pecheux, C., Bauvin, G. (2004). Let's make a trip together: An exploration into decision making within groups of friends. *Advances in Consumer Research*, 31, 291-297.
- Decrop, A., Snelders, D. (2004). Planning the summer vacation. An adaptable process. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 1008-1030. DOI: 10.1016/j.annals.2004.03.004
- Decrop, A., Snelders, D. (2005). A grounded typology of vacation decision-making. *Tourism Management*, 26(2), 121-132. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.11.011
- Del Alcázar Martínez, B (2001). *La integración y cooperación en la distribución hotelera desde la estrategia del marketing*. Málaga. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.
- Del Alcázar Martínez, B (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid. ESIC.





- Dellaert, B.G.C., Prodigality, M., y Louviere, J.J. (1998). Family members' projection of each other's preference and influence: A two-stage conjoint approach. *Marketing Letters* 9(2), 135-145. DOI: 10.1023/A:1007904931283
- Dimanche, F., Havitz, M.E. (1995). Consumer behaviour and tourism: Review and extension of four study areas. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 3(3), 37-57. DOI: 10.1300/J073v03n03\_03
- Dong, M.C., Li, S.Y. (2007). Conflict resolution in Chinese family purchase decisions. The impact of changing female roles and marriage duration. *International Journal of Conflict Management*, 18(4), 308-324. DOI: 10.1108/10444060710833441
- Douglas, S.P., Wind, Y. (1978) Examining family role and authority patterns: Two methodological issues. *Journal of Marriage and Family*, 40(1), 35-47. DOI: 10.2307/350606
- Ekstrom, K.M., Tansuhaj, P.S., Foxman, E. R. (1986). Children's influence in family decision and consumer socialization: A reciprocal view. En R. Lutz (Ed.). *Advances in Consumer Research*, 13, 283-288.
- Engel, J.F., Kollat, D.J., Blackwell, R.D. (1968). *Consumer behavior*. New York: Holt, Rinehart, y Winston.
- Etzel, M.J., Wahlers, G. (1985). The use of requested promotional material by pleasure travelers. *Journal of Travel Research*, 23(4), 2-7. DOI: 10.1177/004728758502300401
- Feinstein, A.R., Cicchetti, D.V. (1990). High agreement but low kappa. I. The problems of two paradoxes. *Journal of Clinical Epidemiology*, 43: 543-549.
- Filiatrault, P., Ritchie, J.R.B. (1980). Joint purchasing decisions: A comparison of influence structure in family and couple decision-making units. *Journal of Consumer Research*, 7(2), 131-140.
- Flurry, L.A. (2007). Children's influence in family decision-making: Examining the impact of the changing. *American family. Journal of Business Research*, 60(4), 322-330. DOI: 10.1016/j.jbusres.2006.09.029
- Flurry, L.A., Burns, A.C. (2005). Children's influence in purchase decisions: a social power theory approach. *Journal of Business Research*, 58(5), 593-601. DOI: 10.1016/j.jbusres.2003.08.007



- Fodness, D. (1992). The impact of family life cycle on the vacation decision-making process. *Journal of Travel Research*, 31(2), 8-13. DOI: 10.1177/004728759203100202
- Fodness, D., Murray, B. (1997). Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 503-523. DOI: 10.1016/S0160-7383(97)00009-1
- Fodness, D., Murray, B. (1998). A typology of tourist information search strategies. *Journal of Travel Research*, 37(2), 108-119. DOI: 10.1177/004728759803700202
- Fodness, D., Murray, B. (1999). A model of tourist information search behavior. *Journal of Travel Research*, 37(3), 220-230. DOI: 10.1177/004728759903700302
- Ford, J.B., LaTour, M.S., Herthorne, T.L. (1995). Perception of marital roles in purchase decision processes: a cross-cultural study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(2), 120-31. DOI: 10.1177/0092070395232004
- Fram, E.H., Grady, D.B. (1995). Internet buyers: Will the surfers become buyers? *Direct marketing*, 58(6), 63-65.
- Frikha, A. (2010). Conflict in purchase decision making within couples. *Journal of Islamic Marketing*, 1(3), 231-248. DOI: 10.1108/17590831011082419.
- Galindo Reyes, F.C., González Robles, E.M., Parra Guerrero, F. (2007). Componentes de la actuación del personal de contacto en la prestación del servicio hotelero. En *Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM*, Vol. 2, (p. 23). Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2499431>
- Gilbert, D.C. (1991). Consumer behavior in tourism. En C.P. Cooper (Ed.) *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 3. Lymington, Hants, UK: Belhaven Press.
- Gitelson, R.J., Crompton, J.L. (1983). The planning horizons and sources of information used by pleasure vacationers. *Journal of Travel Research*, 39(2), 2-7. DOI: 10.1177/004728758302100301
- Gitelson, R.J., Crompton, J.L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 11 (2), 199-217. DOI: 10.1016/0160-7383(84)90070-7



- Gitelson, R.J., Kerstetter, D. (1995). The influence of friends and relatives in travel decision-making. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 3(3), 59-68. DOI:10.1300/J073v03n03\_04
- Gram, M. (2007). Children as co-decision makers in the family? The case of family holidays. *Young Consumers*, 8(1), 19-28. DOI: 10.1108/17473610710733749
- Granbois, D.H., Willet, R.P. (1970). Equivalence of family role measures based on husband and wife data. *Journal of Marriage and Family*, 32(1), 68-72. DOI: 10.2307/349973
- Green, R.T., Cunningham, I.C.M. (1975). Feminine role perception and family purchasing decisions. *Journal of Marketing Research*, 12, 325-332. DOI: 10.2307/3151231
- Green, R.T., Cunningham, I.C.M. (1976). Employment status, feminine role perception, and family purchasing decisions. *Journal of Business Research*, 4(4), 313-324. DOI: 10.1016/0148-2963(76)90041-2
- Green, R.T., Cunningham, I.C.M. (1980). Family purchasing roles in two countries. *Journal of International Business Studies*, 11(1), 92-97.
- Green, R.T., Leonardi, J.P., Chandon, J.L., Cunningham, I.C.M., Verhage, B., Strazzeri, A. (1983). Societal development and family purchasing roles: A cross-national study. *Journal of Consumer Research*, 9(4), 436-442.
- Gursoy, D. (2000). The couple life cycle: An alternative approach and the empirical evaluation of the couple life cycle. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 6(4), 67-90. DOI: 10.1300/J150v06n04\_06
- Gursoy, D., Chen, J.S. (2000). Competitive analysis of cross-cultural information search behavior. *Tourism Management* 21(6), 583-590. DOI: 10.1016/S0261-5177(00)00005-4
- Guzmán-Parra, V.F., Quintana-García, C., Benavides-Velasco, C.A., Vila-Oblitas, J.R. (2015). Trends and seasonal variation of tourist demand in Spain: The role of rural tourism. *Tourism Management Perspectives*, 16, 123-128. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.07.014
- Harcar, T., Spillan, J.E., Kucukemiroglu, O. (2005). A multi-national study of family decision-making. *Multinational Business Review*, 13(2), 3-21. DOI: 10.1108/1525383X200500006

- Heer, D.M. (1963). The measurement and bases of family power: An overview. *Marriage and Family Living*, 25(2), 133-139. DOI: 10.2307/349170
- Henthorne, T.L., LaTour, M.S., Hudson, T.W. (1997). Japanese couples' marital roles in stages of product purchase decision making. *International Marketing Review*, 14 (1), 39-58. DOI: 10.1108/02651339710159206
- Ho, C.-I., Lee, Y.-L. (2007). The development of an e-travel service quality scale. *Tourism Management*, 28(6), 1434-1449. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.12.002
- Ho, C.I., Lin, M.H., Chen, H.M. (2012). Web users' behavioural patterns of tourism information search: from online to offline. *Tourism Management*, 33(6), 1.468-1.482. DOI:10.1016/j.tourman.2012.01.016
- Howard, D.R., Madrigal, R. (1990). Who makes the decision: The parent or the child? The perceived influence of parents or children on the purchase of recreation services. *Journal of Leisure Research*, 22(3), 244-258.
- Howard, J.A., Sheth, J.N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley
- Hsu, C.H.C., Kang, S. K. (2002). Segmenting travel information center visitors by vacation decision making. TTRA annual research conference proceedings, June 23-36, Arlington, VA. Boise, ID: Travel and Tourism Research Association.
- Hsu, C.H.C., Kang, S.K. (2003) Profiling Asian and Western family independent travelers (FITS): An exploratory study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 8(1), 58-71. DOI: 10.1080/10941660308725456
- Hyde, K.F. (2008). Information processing and touring planning theory. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 712-731. DOI: 10.1016/j.annals.2008.05.001
- Hyde, K. F., Laesser, C. (2009). A structural theory of the vacation. *Tourism Management*, 30 (2), 240-248. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.06.006
- Hyde, K.F., Decrop, A. (2011). New perspectives on vacation decision making. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 5 (2), 103-111. DOI: 10.1108/17506181111139537

- Jacobsen, J.K.S. y Munar A.M. (2012). Tourist information search and destination choice in a digital age. *Tourism Management Perspectives*, 1, 39-47. DOI: 10.1016/j.tmp.2011.12.005
- Jang, S.C.S. (2005). The past, present and future research of online information search. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(2), 41-47. DOI: 10.1300/J073v17n02\_04
- Jenkins, R.L. (1978). Family vacation decision-making. *Journal of Travel Research*, 16(4), 2-7. DOI: 10.1177/004728757801600401
- Jenkins, R.L. (1979). The influence of children in family decision-making: Parent's perceptions. *Advances in Consumer Research*, 6, 413-418.
- Kancheva, I., Marinov, G. (2014). Perceptions of marital roles in basic commodity groups purchase decision-making. *Anales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 16(1), 156-161.
- Kandel, D.B., Lesser, G.S. (1972). Marital decision-making in American and Danish urban families: A research note. *Journal of Marriage and the Family*, 34(1), 134-138. DOI: 10.2307/349640
- Kang, S.K., Hsu, C.H.C. (2004). Spousal conflict level and resolution in family vacation destination selection. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28(4), 408-424. DOI: 10.1177/1096348004265281
- Kang, S.K., Hsu, C.H.C. (2005). Dyadic consensus on family vacation destination selection. *Tourism Management*, 26(4), 571-582. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.01.002
- Kang, S.K., Hsu, C.H.C., Wolfe, K. (2003). Family traveler segmentation by vacation decision-making patterns. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 27(4), 448-469. DOI: 10.1177/10963480030274005
- Kattak, J.K., Raza K. (2013). Dynamics of family buying decision and mediation of conflict resolution. *African Journal of Business Management*, 7(15), 1196-1201. DOI: 10.5897/AJBM11.660
- Kerstetter, D., Pennington-Gray, L. (1999). Decision-making roles adopted by university-educated women who travel for pleasure. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 6(3), 23-39. DOI: 10.1300/J150v06n03\_03
- Kim, X.Y., Lehto, X.Y., Morrison, A.M. (2007). Gender differences in online travel information search: implications for marketing communications on the internet. *Tourism Management*, 28(2), 423-433. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.04.001

- Kirchler, E. (1989). Buying decisions in the private house-hold, Hubert and Co, Gottingen.
- Kirchler, E. (1990). Spouses' influence strategies in purchase decisions as dependent on conflict type and relationship characteristics. *Journal of Economic Psychology*, 11, 101-118. DOI: 10.1016/0167-4870(90)90049-F
- Kirchler, E. (1993). Spouses' joint purchase decisions: Determinants of influence tactics for muddling through the process. *Journal of Economic Psychology*, 14, 405-438. DOI: 10.1016/0167-4870(93)90009-A
- Kirchler, E. (1995). Studying economic decisions within private households: A critical review and design for a "couple experiences diary". *Journal of Economic Psychology*, 16, 393-419. DOI: 10.1016/0167-4870(95)00017-I
- Kirchler, E. (1999). Household decision making. En P. Earl and S. Kemp (eds.), *The Elgar Companion to Consumer Research and Economic Psychology* (pp. 296–304). Cheltenham: Edward Elgar.
- Koc, E. (2004). The role of family members in the family holiday purchase decision-making process. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 5(2), 85-102. DOI: 10.1300/J149v05n02\_05
- Kotler, P. (2000). *Dirección de marketing. Conceptos esenciales*. México: Prentice Hall.
- Kozak, M. (2010). Holiday taking decisions-The role of spouses. *Tourism Management*, 31(4), 489-494. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.014
- Kozak, M., Duman, T. (2012). Family members and vacation satisfaction: Proposal of a conceptual framework. *International Journal of Tourism Research*, 14, 192-204. DOI: 10.1002/jtr.847
- Kozak, M., Karadag, L. (2012). Who influences aspects of family decision making? *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(1), 8-20. DOI: 10.1108/17506181211206216
- Law, R., Qi, S., Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research. *Tourism Management*, 31(3), 297-313. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.11.007
- Lederhaus, M.A., King, R.L. (1981). Decision-making influence of husbands and wives within older family dyads: a study of the decision to purchase vacation travel. En *Developments in Marketing Science*. Miami Beach, FL: Academy of Marketing Science.

- Lee, C.K.C., Marshall, R. (2015) Who do we ask and when? A pilot study about research in family decision making, North Carolina En Proceedings of the 1993 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Ed. Levy, M. y Grewal, D.
- Lehto, X.Y., Choi, S. J., Lin, Y.C., MacDermid, S.M. (2009). Vacation and family functioning. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 459–479. DOI: 10.1016/j.annals.2009.04.003
- Lin, J.H., Lee, S.J., Yeh, C., Lee, W.H., y Wong, J.Y. (2014). Identifying gender differences in destination decision making. *Journal of Tourism and Recreation*, 1(1), 1-11 DOI: 10.12735/jotr.v1i1p01
- Litvin, S.W., Xu, G., Kang, S.K. (2004). Spousal vacation-buying decision making revisited across time and place. *Journal of Travel Research*, 43(2), 193-198. DOI: 10.1177/0047287504268232
- López de Ullibarri Galparsoro I. y Pita Fernández, S (2001). Medidas de concordancia: el índice de Kappa: En Fistera.com. Atención primaria en la red. Disponible desde Internet en:  
<<https://www.fistera.com/mbe/investiga/kappa/kappa2.pdf>> [consultado el 10/08/15].
- Luque Martínez, T. (2000). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Madrid. Ediciones Pirámide.
- Madrigal, R. (1993). Parent's perception of family members' relative influence in vacation decision making. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(4), 39-57. DOI: 10.1300/J073v02n04\_03
- Madrigal, R., Havitz, M.E., Howard, D.R. (1992). Married couple's involvement with family vacations. *Leisure Sciences*, 14(4), 287-301. DOI:10.1080/01490409209513175
- Madrigal, R., Miller, C. (1996). Construct validity of spouses' relative influence measures: an application of the direct product model. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(2), 157-170. DOI: 10.1177/0092070396242006
- Makgosa P.H.D. (2007). Exploring the impact of ethnicity on conflict resolution in joint purchase decisions. *The Journal of American Academy of Business*, 11 (2), 205-212.
- Makgosa R y Kang J. (2009). Conflict resolution strategies in joint purchase decisions for major household consumer durables: a cross-cultural investigation. *International Journal of Consumer Studies*, 33(3), 338–348. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2009.00747.x

- Martensen, A., Grønholdt, L. (2008). Children influence on family decision making. *Innovative Marketing*, 4(4), 14-22.
- Martínez, E., Polo, Y. (1999a). Decisiones sobre consumo. Grado de acuerdo y desacuerdo de la unidad familiar. *Estudios sobre Consumo*, 41, 65-83.
- Martínez, E., Polo, Y. (1999b). Determining factors in family purchasing behavior: An empirical investigation. *Journal of Consumer Marketing*, 16(5), 461-481 DOI: 10.1108/07363769910289569
- Mathieson, A., Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Prentice Hall.
- Mäser, B., Weiermair, K. (1998). Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(4), 107-121. DOI: 10.1300/J073v07n04\_06
- Mechinda, P., Serirat, S, Guild, N. (2009). An examination of tourists' attitudinal and behavioral loyalty: Comparison between domestic and international tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 15, 129-148. DOI: 10.1177/1356766708100820
- Meharan, N., Barauddin, M. (2014). Investigating the key factors influencing the travel decisions of international tourists. *International Journal Leisure and Tourism Marketing*, 4(2), 106-116. DOI: 10.1504/IJLTM.2014.065877
- Metha, K.T., Shah, V. (2001). E-commerce: The next global frontier for small business. *The Journal of Applied Business Research*, 17(1), 87-94.
- Meyer, L., y Pennington-Gray, L. (2006) Do different generations and genders share travel decision, (pp. 539-544). En: Threats and Challenges to the Tourism Industry: Reform and Perform, The Fifth Asia Pacific Forum.
- Mohan, M. (1995). The influence of marital roles in consumer decision making. *Irish Marketing Review*, 8, 97-106.
- Monroe, P, Bokemeler, J.L., Kotchen, J.M., McKean, H. (1985). Spousal response consistency in decision-making research. *Journal of Marriage and Family*, 47(3), 733-738. DOI: 10.2307/352276



- Morrison, A.M., Su, J., O'Leary, J.T., Cai, L. (2001). Predicting usage of the Internet for travel booking: An exploratory study. *Information Technology and Tourism*, 4(1), 15-30. DOI: 10.3727/109830501108750868
- Mottiar, Z., Quinn, D. (2004). Couple dynamics in household tourism decision-making: Woman as the gatekeepers? *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 149-160. DOI: 10.1177/135676670401000205
- Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 3-44. DOI: 10.1108/EUM00000000004718
- Munsinger, G.M., Weber, J.E., Hansen, R.W. (1975). Joint home purchasing decisions by husband and wives. *Journal of Consumer Research*, 1(4), 60-66.
- Myers, P.B., Moncrief, L.W., (1978). Differential leisure travel decision making between spouses. *Annals of Tourism Research*, 5(1), 157-165. DOI: 10.1016/0160-7383(78)90009-9
- Nanda, D., Hu, C., Bai, B. (2007). Exploring family roles in purchasing decisions during vacation planning: Review and discussions for future research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 20(3/4), 107-125. DOI: 10.1300/J073v20n03\_08
- Ndubisi, N.O. (2005) Evaluating the impact of power and cohesion-based families, and joint usage of product on joint purchase decision by spouses: A dual product analysis. *Proceedings of the Academy of Marketing Studies*, 10(2), 33-39.
- Ndubisi, N.O. (2007). Impact of joint product usage and family structure on joint decision to purchase a vacation by Malaysian spouses. *Journal of Vacation Marketing*, 13(2), 135-147. DOI: 10.1177/1356766707074737.
- Ndubisi, N.O., Koo, J. (2005). Family structure and joint purchase decisions: Two products analysis. *Management Research News*, 19(1/2), 53-64. DOI: 10.1108/01409170610645448
- Nichols, C.M., Snepenger, D.J. (1988). Family decision making and tourism behavior and attitudes. *Journal of Travel Research*, 26(4), 2-6. DOI: 10.1177/004728758802600401
- Nickerson, N.P., Jurowski, C. (2001). The influence of children on vacation travel patterns. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 19-30. DOI: 10.1177/135676670100700102

- Nicolau, J.L., Más, F.J. (2005). Heckit modelling of tourist expenditure: Evidence from Spain. *International Journal of Service Industry Management*, 16(3), 271-293. DOI: 10.1108/09564230510601404
- Nicosia, F. (1966). *Consumer decision processes: marketing and advertising implications*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Obrador, P. (2012). The place of the family in tourism research: domesticity and thick sociality by the pool. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 401-420. DOI: 10.1016/j.annals.2011.07.006
- Oppermann, M. (1998). Destination threshold potential and the las of repeat visitation. *Travel Research*, 37, 131-7. DOI: 10.1177/004728759803700204
- Ortega Martínez, E. y Rodríguez Herráez, B. (2005). Importancia de la comunicación en los destinos turísticos internacionales: la percepción de los turistas extranjeros en los destinos españoles. *Cuadernos de turismo*, 15, 169-188.
- Osman, F.N., Hashim, H., Nezakati, H., Hussin, S.R., Aziz, Y.A. y Raja-Yusof, R.N. (2014). A review of family influences on travel decision making. *Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research*, Aug, 579 -582.
- Pan, B., Fesenmaier, D.R. (2000). A typology of tourism-related Web Sites: Its theoretical background and implications. *Information Technology and Tourism*, 3(34), 155-176. DOI: 10.1007/978-3-7091-6291-0\_35
- Pan, B., Fesenmaier, D.R. (2006). Online information search. Vacation planning process. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 809-832. DOI: 10.1016/j.annals.2006.03.006
- Pearce, D., Tan, R., Schott, C. (2004). Tourism distribution channels in Wellington, New Zealand. *International Journal of Tourism Research*, 6(6), 397-410. DOI: 10.1002/jtr.503
- Pegues, D.C. (2015a) Purchasing decisions among black and white families for selected products in Durham, North Carolina. En Proceedings of the 1996 Multicultural Marketing Conference. Ed. Choudhury, P.K. DOI: 10.1007/978-3-319-17395-5\_7
- Pegues, D.C. (2015b) Purchasing Decisions and the Employment Status of the Wife. En Proceedings of the 1998 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Ed. Ford, J.B y Honeycutt E.D. Jr. DOI: 10.1007/978-3-319-13084-2\_135



- Perdue, R.R. (1985). Segmentating state information inquirers by timing of destination decision and previous experience. *Journal of Travel Research*, 23(3), 6-11. DOI: 10.1177/004728758502300302
- Pérez, J. (2009). *El comportamiento del turista residencial: Una aproximación al proceso de decisión*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Pons, R.C., Morales, L. y Díaz, Y. (2007). La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista. *Teoría y Praxis*, 3, 89-102.
- Poria, Y., Timothy, D.J. (2014). Where are the children in tourism research? *Annals of Tourism Research*, 47, 93-95. DOI: 10.1016/j.annals.2014.03.002
- Putnam, M., Davidson, W.R. (1987). Family purchasing behaviour II: family roles by product category. *Management Horizons*, Comumbus O.H.
- Qualls, W.J. (1982). Changing sex roles: Its impact upon family decision making. *Advances in Consumer Research*, 9, 267-270.
- Rastrollo Horrillo, M.A., Alarcón Urbistondo, P. (1999). El turista ante el comercio electrónico. *Estudios Turísticos*, 142, 97-116.
- Ritchie, J.R.B., Filiatrault, P. (1980). Family vacation decision-making-A replication and extension. *Journal of Travel Research*, 18(4), 3-14. DOI: 10.1177/004728758001800401
- Ruizalba, J.L., Bermúdez-González, G., Rodríguez-Molina, M.A., Blanca, M.J. (2014). Internal market orientation: An empirical research in hotel sector. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 11-19. DOI: 10.1016/j.ijhm.2013.12.002
- Saéz, L, Periañez, I., Mediano, L. (2013). Building brand value in major Spanish cities: An analysis through municipal websites. *Journal of Place Management and Development*, 6(2), 120 - 143. DOI: 10.1108/JPMD-04-2012-0011
- Safilios-Rothschild, C. (1969). Family sociology or wives' family sociology? A cross-cultural examination of decision-making. *Journal of Marriage and Family*, 31(2), 290-301. DOI: 10.2307/349945
- Samsinar, M.S., Dahlia, Z., Teo, B.H (2013). Factors affecting wives' role structure in urban family purchase decision making. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 21(S), 189 - 200.



- Samsinar, M.S., Dahlia, Z., Teo, B.H (2014). Determinants and influence of wives' sex role orientation in urban family purchase decision making in Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 8(S), 43-66.
- Scanzoni, J. (1965). A note on the sufficiency of wife responses in family research. *Pacific Sociological Review*, 8, 109-115. DOI: 10.2307/1388477
- Schänzel, H.A., Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141-147. DOI: 10.1108/JTF-12-2014-0006
- Schmoll, G. (1977). *Tourism promotion: marketing background, promotion techniques and promotion planning methods*. London: Tourism International Press.
- Schul, P., Crompton, J.L. (1983). Search behavior of international vacationers: Travel-specific lifestyle and sociodemographic variables. *Journal of Travel Research*, 22(2), 25-30. DOI: 10.1177/004728758302200206
- Seaton, A., Tagg, S. (1995). The family vacation in Europe: Paedonomic aspects of choices and satisfactions. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(1), 1-21. DOI: 10.1300/J073v04n01\_01
- Serra, A. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: Pirámide (2ª ed.).
- Sharp, H., Mott, P. (1956). Consumer decisions in the metropolitan family. *Journal of Marketing*, 21(2), 149-156. DOI: 10.2307/1247333
- Sheth, J.N. (1974). A theory of family buying decisions. En J.N. Sheth, (Ed.), *Models of buyer behavior: Conceptual, quantitative, and empirical*. New York: Harper & Row, 17-33.
- Sheth, J.N. (1978). Household decision making: an exploratory study, working paper, College of Commerce and Business Administration, University of Illinois at Urbana-Champaign, Urbana, IL., 1-17, 27 October.
- Sheth, J.N., Cosmas, S. (1975). *Tactics of conflict resolution in family buying behaviour*. Chicago: American Psychological Association.
- Shoham, A., Dalakas, V. (2003). Family consumer decision making in Israel: the role of teens and parents. *Journal of Consumer Marketing*, 20(3), 238-251. DOI: 10.1108/07363760310472263



- Shukla, A. (1987). Decision making in single-and-dual career families in India. *Journal of Marriage and Family*, 49(3), 621-629. DOI: 10.2307/352207
- Sierra Bravo, R. (1998). *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo (12ª ed.).
- Sirakaya, E., Woodside, A.G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers. *Tourism Management*, 26, 815-832. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.05.004
- Small, J. (2008). The absence of childhood in tourism studies. *Pergamon*, 35(3), 772-789. DOI: 10.1016/j.annals.2008.06.002
- Smith, V.L. (1979). Women the taste-makers in tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 49-60. DOI: 10.1016/0160-7383(79)90094-X
- Snepenger, D., Meged, K., Snelling, M., Worral, K. (1990). Information search strategies by destination-naïve tourists. *Journal of Travel Research*, 29(1), 13-16. DOI: 10.1177/004728759002900104
- Snepenger, D., Snepenger, M. (1993). Information search by pleasure travellers. En M.A. Kahn, M.D. Olsen, y T.Var (Eds.), *Encyclopedia of hospitality and tourism*, 830-835. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Spiro, R.L. (1983). Persuasion in family decision-making. *Journal of Consumer Research*, 9, 393-402.
- Stafford, M.R., Ganesh, G., Lockett, M.G. (1996a). Marital influence in the decision-making process for services. *Journal of Services Marketing*, 10(1), 6-21. DOI: 10.1108/08876049610106680
- Stafford, M.R., Ganesh, G., Lockett, M.G. (1996b). Perceived spousal influence in the service decision-making process: A cross cultural investigation. *Journal of Applied Business Research*, 12(4), 53-69.
- Su, C., Zhou, K.Z., Zhou, N., Li, J.J. (2008). Harmonizing conflict in husband-wife purchase decision making: perceived fairness and spousal influence dynamics. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(3), 378-394. DOI: 10.1007/s11747-007-0079-4
- Swarbrooke, J. y Homer, S. (2007). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann Publishing (2ª Ed.).
- Szybillo, G.J., Sosanie, A.K., Tenenbein, A. (1979). Family member influence in household decision making. *Journal of Consumer Research*, 3(6), 312-316.

- Therkelsen, A. (2010). Deciding on family holidays-role distribution and strategies in use. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 27(8), 765-779. DOI:10.1080/10548408.2010.526895
- Thornton, P., Shaw, G., Williams, A. (1997). Tourist group holiday decision-making and behaviour: the influence of children. *Tourism Management*, 18(5), 287-297. DOI: 10.1016/S0261-5177(97)00017-4
- Thwaites, D. (1999). Closing the gaps: Service quality in sport tourism. *Journal of Services Marketing*, 13(6), 500-516. DOI: 10.1108/08876049910298766
- Tidtichumrernporn, T., Janasak, S., Mujtaba, B.G., Khunsongkiet, P., Duangjai, N., Bhawanantechanon, N., Vongkham, O. (2010). Measuring the satisfaction of domestic and international tourist toward Lanna cultural tourism products: A study of progress in Chiang Mai Walking Street activities. *Journal of Business Studies Quarterly*, 1(3), 31-52. DOI: 10.2139/ssrn.1627851
- Tierney, P. (2000). Internet-based evaluation of tourism website effectiveness: Methodological issues and survey results. *Journal of Travel Research*, 39(2), 212-219. DOI: 10.1177/004728750003900211
- Torres, E.N. (2015). The influence of others on the vacation experience: an ethnographic study of psychographics, decision making, and group dynamics among young travelers. *Journal of hospitality marketing and management*, 24(8), 826-856. DOI: 10.1080/19368623.2015.960991
- Um, S., Crompton, J.L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448. DOI: 10.1016/0160-7383(90)90008-F
- Urbany, J.E. (1986): An experimental examination of the economics of information. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 257-271.
- Valera González, J.A. (1992). Satisfacción/insatisfacción de los consumidores y comportamientos postconsumo derivados. *Estudios sobre Consumo*, 9(23), 65-79.
- Van Raaij, W.F., Francken, D.A. (1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 101-112. DOI: 10.1016/0160-7383(84)90098-7
- Vogt, C.A., Fesenmaier, D.R. (1998). Expanding the functional information search model. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 551-578. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00010-3

- Wahab, S., Crampton, L.J., Rothfield, L.M. (1976). *Tourism marketing*. London: Tourism International Press.
- Wang, K.C., Hsieh, A.T. Yeh, Y.C., Tsai, C.W. (2004). Who is the decision-maker: The parents or the child in group package tours? *Tourism Management*, 25(2), 183-194. DOI: 10.1016/S0261-5177(03)00093-1
- Wang, S., Holloway, B.B., Beatty, S.E., Hill, W.W. (2007). Adolescent influence in family purchase decisions: An update and cross-national extension. *Journal of Business Research*, 60, 1117-1124. DOI: 10.1016/j.jbusres.2007.04.004
- Ward, J.C., Reingen, P.H. (1990). Sociocognitive analysis of group decision making among Consumers. *Journal of Consumer Research*, 17(3), 245-262.
- Watne, T.A., Brennan, L., Winchester, M. (2014). Consumer socialization agency: implications for family decision-making about holidays. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(6), 681-696. DOI: 10.1080/10548408.2014.884966
- Warnaby, G., Davies, B.J. (1997) Commentary: Cities as service factories? Using the servuction system for marketing cities as shopping destinations, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 25(6), 204 - 210. DOI: 10.1108/09590559710175953
- Weber, K., Roehl, W.S. (1999). Profiling people searching for and purchasing travel products on the world wide web. *Journal of Travel Research*, 37, 291-298. DOI: 10.1177/004728759903700311
- Webster, C., Reiss, M.C. (1999). The antecedents of relative influence on purchase decision making: Married versus cohabiting couples. *American Marketing Association Conference Proceedings*, 10, 34-40.
- Weller, R.H. (1968). The employment of wives, dominance, and fertility. *Journal of Marriage and the Family*, 30(3), 437-442. DOI: 10.2307/349913
- Werthner, H., Klein, S. (1999). ICT and the changing landscape of global tourism distribution. *Electronic Markets*, 9(4), 256-262. DOI: 10.1080/101967899358941
- White, L., Johnson, L.W. (2001). Consensus regarding purchase influence in a professional service context: A dyadic study. *Journal of Business Research*, 54(3), 199-207. DOI: 10.1016/S0148-2963(00)00121-1

- Wolgast, E.H. (1958) Do husbands or wives make the purchasing decisions? *Journal of Marketing*, 23, 151-158. DOI: 10.2307/1247832
- Xia, Y., Ahmed, Z.U., Ghingold, M., Hwa, N.K., Li, T.W., Ying, T.C. (2006). Spousal influence in Singaporean family purchase decision-making process. A cross-cultural comparison. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18(3), 201-222. DOI: 10.1108/13555850610675661
- Xiang, Z., Magnini, V.P., Fesenmaier, D.R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244-249. DOI: 10.1016/j.jretconser.2014.08.005
- Yin, P., Cai, A., Yin, J. (2009). The research on Chinese family travelling decision-making and marketing suggestions for tourism destinations, pp. 34-56. En: IEEE/INFORMS International Conference on Service Operations, Logistics and Informatics, 22-24 jul.
- Zalatan, A. (1998). Wive's involvement in tourism decision process. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 890-903. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00038-3
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Berry, L.L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46. DOI: 10.2307/1251563



**RESUMEN**

**I.-FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

**CAPÍTULO 1: PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES  
DE LAS VACACIONES**

**CAPÍTULO 2: EL PAPEL DE LA PAREJA EN LA TDVF**

**II.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 3: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**III.- ANÁLISIS EMPÍRICO**

**CAPÍTULO 4: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CAPÍTULO 5: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

**IV.- CONCLUSIONES**

**CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA





## **ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES**

---



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## **CUESTIONARIO DE LOS PADRES**

**INSTRUCCIONES:** Este cuestionario está formado por tres partes: uno para cada miembro de la pareja y otro para su hijo/a. Es muy importante que lo rellene cada miembro por separado.

Previamente deben ponerse de acuerdo en las últimas vacaciones que realizaran los tres juntos, aunque les acompañasen otras personas, siempre que el/la hijo/a que le ha entregado el cuestionario tuviese una edad comprendida entre los 10 y los 18 años cuando se fueron. Si es necesario, póngase de acuerdo con ellos para que todas las respuestas se refieran siempre a las mismas vacaciones.

Además, en esas vacaciones deben ustedes haber pasado al menos **TRES DÍAS FUERA DE CASA** con el propósito principal de ocio. Si no cumple estos requisitos, no es necesario que rellene la encuesta. Si los cumple, le agradecemos que la rellene y que, cuando finalice, se asegure de que su hijo/a entrega las tres encuestas a la persona que se lo dio.

Todos los datos recogidos son completamente anónimos.

1. Sexo:

- ☐ Masculino  
☐ Femenino

2. ¿Cuántos años tiene usted?: \_\_\_\_\_

3. El estado civil con su actual pareja es:

- ☐ Unión por la iglesia  
☐ Unión civil  
☐ Simplemente somos pareja

4. ¿Tenía usted trabajo cuando se tomaron esas vacaciones?:

- ☐ Sí  
☐ No

5. Su nivel de estudios es:

- ☐ Sin estudios  
☐ Estudios primarios  
☐ Tengo hasta la ESO o similar (BUP, Formación Profesional, Bachillerato, Ciclo formativo Medio o Superior)  
☐ Tengo estudios universitarios

6. ¿Cuánto tiempo lleva conviviendo con su pareja actual?:

- ☐ Menos de 10 años  
☐ Entre 10 años o más y menos de 20  
☐ Entre 20 años o más y menos de 30  
☐ 30 años o más





## ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES

---

7. ¿A qué tipo de destino fueron?
- ☐ Nacional (dentro del país)
- ☐ Internacional (fuera del país)
8. ¿Cuál fue la razón por la que fueron a ese lugar?:
- ☐ Exclusivamente ocio
- ☐ Visitas a familiares y amigos
- ☐ Otra (diga cuál): \_\_\_\_\_
9. ¿Con qué frecuencia van ustedes de vacaciones?:
- ☐ Al menos una vez al año
- ☐ Aproximadamente una vez cada dos o tres años
- ☐ Esporádicamente
10. ¿De quién partió la idea de ir de vacaciones la última vez que fueron? Por favor, marque una única casilla:
- ☐ Principalmente de mí
- ☐ Principalmente de mi pareja
- ☐ De mi pareja y de mí a partes iguales
- ☐ Ninguno/Otros
11. ¿Quién buscó la información, por ejemplo del lugar u hoteles (en Internet, catálogos, preguntando,...), sobre las vacaciones? Por favor, marque una única casilla:
- ☐ Principalmente yo
- ☐ Principalmente mi pareja
- ☐ Mi pareja y yo a partes iguales
- ☐ Ninguno/Otros
12. ¿Quién fue la persona que tuvo la última palabra y decidió que finalmente se iban a ir de vacaciones? Por favor, marque una única casilla:
- ☐ Principalmente yo
- ☐ Principalmente mi pareja
- ☐ Mi pareja y yo a partes iguales
- ☐ Ninguno/Otros
13. ¿Quién cree que influyó más en las siguientes decisiones sobre sus últimas vacaciones? Por favor, marque una única casilla:
- 13.1. En el destino:
- ☐ Yo más que mi pareja
- ☐ Yo menos que mi pareja
- ☐ Los dos iguales
- ☐ Ninguno/Otros





## ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES

---

- 13.2. En el alojamiento:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros
- 13.3. En el medio de transporte:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros
- 13.4. En la cantidad de dinero a gastar:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros
- 13.5. En la fecha de las vacaciones:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros
- 13.6. En las actividades y excursiones durante las vacaciones:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros
- 13.7. En la elección de los restaurantes en los que comer:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros
- 13.8. En si llevar o no a los hijos a esas vacaciones:
- ☐ Yo más que mi pareja
  - ☐ Yo menos que mi pareja
  - ☐ Los dos iguales
  - ☐ Ninguno/Otros





## ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES

14. De los aspectos anteriores, ¿en cuál les costó más ponerse de acuerdo entre usted y su pareja? Puede marcar más de una casilla:
- ☐ Destino
  - ☐ Alojamiento
  - ☐ Medio de transporte
  - ☐ Cantidad de dinero a gastar
  - ☐ Fecha de las vacaciones
  - ☐ Actividades y excursiones a realizar durante las vacaciones
  - ☐ Restaurantes en los que comer
  - ☐ Llevar a los hijos o no al viaje
  - ☐ Ninguno en especial
15. En concreto, en la decisión acerca del destino ¿fue difícil ponerse de acuerdo entre usted y su pareja?
- ☐ Nada
  - ☐ Poco
  - ☐ Bastante
  - ☐ Mucho
16. En caso de desacuerdo, ¿cómo consiguieron usted y su pareja finalmente ponerse de acuerdo?:
- ☐ Buscando más información, por ejemplo sobre el destino o el alojamiento, antes de tomar una decisión.
  - ☐ Hablando y razonando entre nosotros.
  - ☐ Dejando que el miembro de la familia que mejor conoce el tema tomara la decisión.
  - ☐ Con la promesa de que si uno cedía en algo, aunque no le gustara, en otra ocasión sería el otro el que tendría que ceder.
  - ☐ Retrasando la decisión hasta otro momento más oportuno.
  - ☐ Buscando a otra/s persona/s, por ejemplo los hijos, que ayudaron a convencer al otro miembro de la pareja
  - ☐ La decisión finalmente la tomó el miembro al que le corresponde por su sexo, profesión, etc. (por ejemplo, "el medio de transporte lo elige el hombre porque es el que más sabe de eso").
  - ☐ Otra forma (diga cuál): \_\_\_\_\_
17. ¿Se encontró satisfecho/a con el destino de sus últimas vacaciones?
- ☐ Nada
  - ☐ Poco
  - ☐ Bastante
  - ☐ Mucho



## ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES

18. ¿Cuánto diría que ha influido el/la hijo/a que le ha entregado el cuestionario en los siguientes aspectos de sus últimas vacaciones?:

18.1. En la elección del destino:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

18.2. En la elección del alojamiento:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

18.3. En la elección del medio de transporte:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

18.4. En la cantidad de dinero a gastar:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

18.5. En la fecha de las vacaciones:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

18.6. En las actividades y excursiones durante las vacaciones:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo





## ANEXO: CUESTIONARIO DE LOS PADRES

18.7. En los restaurantes en los que comer:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

18.8. En si tenían que ir o no los hijos:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

19. ¿Cuánto diría que ha influido el/la hijo/a que le ha entregado el cuestionario a la hora de proponer ir a estas últimas vacaciones?:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

20. ¿Cuánta información ha buscado el hijo/a que le ha entregado el cuestionario para vuestras últimas vacaciones?:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poca	Bastante	Mucha, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

21. ¿En qué medida el/la hijo/a que le ha entregado el cuestionario participó cuando finalmente decidieron que irían de vacaciones?:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nada en absoluto	Poco	Bastante	Mucho, pero no más que mi pareja y/o yo	Más que mi pareja y/o yo

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN  
Por favor, entregue el cuestionario a su hijo/a





## **ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS**

---





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA



## ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

### QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

**INSTRUCTIONS:** *This questionnaire consists of three parts: one for each partner and one for their teenage son/daughter. It is very important that each member fills in his/her part separately.*

*Previously, you should agree on the last vacations that all three went together, although other people were with you, as long as the son/daughter who gives you the questionnaire were between 10 and 18 years of age when you were on that vacation. If necessary, agree with them so that all the answers are referring to the same vacation.*

*Besides, on that vacation you must stay at least THREE DAYS AWAY FROM HOME with the main objective of leisure. If you don't meet these requirements, there is no need to fill in the survey. Otherwise, please, complete it and, when you finish, make sure that the child delivers the three questionnaires to the person who gave them.*

*All data collected is completely anonymous.*

1. Gender:

- ☐ Male  
☐ Female

2. How old are you? \_\_\_\_\_

3. Your marital status with your current partner is:

- ☐ Are married in church  
☐ Are married under civil law  
☐ Just live together

4. Do you had a job when you went on that vacation?:

- ☐ Yes  
☐ No

5. Your level of education is:

- ☐ None  
☐ Primary education  
☐ Secondary education or similar  
☐ University studies

6. How long have you been living with your current partner?:

- ☐ Less than 10 years  
☐ Between 10 years o more and less than 20 years  
☐ Between 20 years o more and less than 30 years  
☐ 30 years or more





## ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

---

7. What kind of destination you were?:
- ☐ National (within the country)
- ☐ International (abroad)
8. Why did you go to that destination?:
- ☐ Just for pleasure and holidays
- ☐ To visit family and friends
- ☐ Others (say what): \_\_\_\_\_
9. How often do you go on vacation?:
- ☐ At least once a year
- ☐ Approximately once in two or three years
- ☐ Occasionally
10. From whom emerged the idea the last time you were on vacation? Please, mark just one option:
- ☐ Mainly from me
- ☐ Mainly from my partner
- ☐ From my partner and me in equal proportion
- ☐ None of us/Others
11. Who searched the holiday information, for example, about the destination or hotels (on the Internet, catalogs, asking someone...)? Please, mark just one option:
- ☐ Mainly from me
- ☐ Mainly from my partner
- ☐ From my partner and me in equal proportion
- ☐ None of us/Others
12. Who was the person who took a definitive decision and finally decided that you were going on vacation? Please, mark just one option:
- ☐ Mainly from me
- ☐ Mainly from my partner
- ☐ From my partner and me in equal proportion
- ☐ None of us/Others
13. Who do you think was most influential in the following decisions on your last vacation? Please, mark just one option:
- 13.1. Destination:
- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us





## ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

---

13.2. Accommodation:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us

13.3. Means of transport:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us

13.4. Budget:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us

13.5. Date:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us

13.6. Activities and tours during the vacation:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us

13.7. Restaurants to eat:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us

13.8. Whether or not to take the children:

- ☐ I more than my partner
- ☐ I less than my partner
- ☐ My partner and I in equal proportion
- ☐ None of us





## ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

---

14. From the above aspects, which was the most difficult decision to reach an agreement between you and your partner? You can mark more than one option:

- ☐ Destination
- ☐ Accommodation
- ☐ Means of transport
- ☐ Budget
- ☐ Date
- ☐ Activities and tours
- ☐ Restaurants to eat
- ☐ Whether or not to take the children
- ☐ None

15. In reference to the destination, was it difficult to reach an agreement between you and your partner?:

- ☐ Nothing
- ☐ A little bit
- ☐ Quite
- ☐ Very much

16. In case of disagreement, how did you and your partner get an agreement?:

- ☐ Looking for more information, for example on the destination or accommodation, before making a decision
- ☐ Giving reasons and talking among ourselves.
- ☐ Letting the family member who knows about the subject made the decision.
- ☐ With the promise that if one gives in to something, another time would be the other who would have to give in.
- ☐ Delaying the decision until a more appropriate time.
- ☐ Finding other/s person/s, such as children, that helped to convince the other partner
- ☐ The decision was finally taken by the person who is thought to have appropriate knowledge of the matter according to its sex, job, etc. (for example, "my husband decided the means of transport because I think men know more about that").
- ☐ Another way (say what): \_\_\_\_\_

17. 16. Are you satisfied with the destination of your last vacation?

- ☐ Not at all
- ☐ Little
- ☐ Quite
- ☐ Very much





## ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

---

18. How much would you say the child that gave you the questionnaire has influenced on the following aspects of your last vacation?:

18.1. Destination:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

18.2. Accommodation:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

18.3. Means of transport:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

18.4. Budget:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

18.5. Date:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

18.6. Activities and tours:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I





## ANNEX: QUESTIONNAIRE FOR THE PARENTS

### 18.7. Restaurants to eat:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

### 18.8. Whether or not to take the children:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

### 19. How much would you say the child that gave you the questionnaire has influenced when it was suggested to go to the last vacation?:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

### 20. How much information would you say the child that gave you the questionnaire has searched about the last vacation?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

### 21. To what extent has the child that gave you the questionnaire participated when you finally decided you would go on the last vacation?:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5
Nothing at all	Little	Quite	A lot, but not more than my partner and/or I	More than my partner and/or I

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION  
Please, return the questionnaire to your child